



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS JURÍDICAS
“Año del Bicentenario de la Independencia de Centroamérica”

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

TEMA:

Diagnóstico de estrategias de comunicación interna y externa del instituto Nacional San Juan Bautista (INSJB) de San Juan de la Concepción del departamento de Masaya durante el segundo semestre 2021.

AUTORES:

Bra. Jennifer Karolina Mendoza Rios

Bra. Ana Cristina Murillo Castillo

Tutor y asesor metodológico: Dr. Walter Calderón Ramírez

Managua, Noviembre 2021

¡A la libertad por la Universidad!



Dedicatoria Jennifer

Dedico este logro primeramente a Dios por permitirme la vida, brindarme Salud, entendimiento, Sabiduría y Paciencia para culminar mis estudios y cada una de las metas que me he propuesto durante el tiempo transcurrido de mi carrera. También a mi madre la persona más importante en mi vida, quien estuvo ahí apoyándome en todo momento para cumplir uno de nuestros más grandes sueños.





Dedicatoria Ana

A Dios, padre celestial por darme la oportunidad de poder finalizar mi tesis de graduación, para así culminar mi carrera profesional.

A mi madre bella Renata Elizabeth Castillo quien ha estado a lo largo de mi vida brindándome su apoyo y ayudándome con sacrificio para poder salir adelante.

A mi abuela María Julia Cano Ruiz que en paz descansa, quien fue una madre, un ser que tal vez físicamente no está, pero en espiritualidad sí. Esto es para ellas, dos mujeres con gran valor que me querían y quieren ver logrando mis objetivos y metas. Gracias.



Agradecimiento

A Dios por regalarnos la vida y darnos la oportunidad de culminar nuestra carrera universitaria para crecer profesional y personalmente.

Agradecer también al Instituto Nacional San Juan Bautista por permitirnos realizar esta investigación para obtener datos exactos sobre el análisis de estudio, y a los maestros de este centro educativo por habernos brindado su apoyo con cada uno de nuestros instrumentos.

Al asesor y tutor metodológico Dr. Walter Calderón Ramírez, quien estuvo presente durante todo el proceso investigativo aportando sus conocimientos y paciencia para el desarrollo y finalización de todo el proceso.

A cada uno de nuestros docentes que estuvieron presente en el transcurso de nuestros estudios profesionales, brindándonos su apoyo y conocimientos durante este proceso.



COORDINACION CARRERA COMUNICACION PARA EL DESARROLLO

“2021: Año del Bicentenario de la Independencia de Centroamérica”

Managua a 01 de Diciembre de 2021

Dra. Ledyth Massiel López Hernández
Coordinadora
Carrera Comunicación para el Desarrollo
Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas
UNAN-Managua
Su Oficina

De mi consideración,

Reciba un fraterno saludo. Por este medio, el suscrito tutor del Seminario de Graduación, “Diagnóstico de estrategias de comunicación interna y externa del instituto Nacional San Juan Bautista (INSJB) de San Juan de la Concepción del departamento de Masaya durante el segundo semestre de 2021”, elaborado por las estudiantes: Jennifer Karolina Mendoza Ríos y Ana Cristina Murillo Castillo, valora que la investigación responde a las líneas de investigación de la Carrera Comunicación para el Desarrollo, aprobadas por la Facultad de Humanidades y Ciencias Jurídicas y aborda un tema de gran relevancia nacional, el fortalecimiento de la comunicación organizacional en las instituciones de educación media.

La investigación realiza valoraciones y propuestas fundamentales para el fortalecimiento y desarrollo de comunicación organizacional e institucional de un colegio público de educación media. Los autores de la investigación aplican un estudio de naturaleza mixta y ubican su escenario de acuerdo al enfoque de investigación y emprenden la búsqueda de información seleccionando los informantes claves para lograr responder las preguntas directrices mediante la aplicación del método científico, síntesis de información y análisis crítico de la misma, hasta llegar a dar respuesta al propósito de la investigación.

Cabe destacar que la información proporcionada por los informantes clave está meticulosamente descrita de manera objetiva, lo que valida el carácter de la misma. El informe de investigación se ha realizado cumpliendo con lo establecido en el Reglamento de Régimen Académico Estudiantil Modalidades de Graduación, por lo que considero que esta investigación puede ser sustentada públicamente ante el Jurado que Ud. designe, para optar al título de Licenciada en Comunicación para el Desarrollo de la UNAN-Managua.

Con las muestras de mi alta estima y consideración, le saluda.
Atentamente,


Dr. Walter Calderón Ramírez
Docente-Tutor
Carrera Comunicación para el Desarrollo

Resumen

El siguiente trabajo presenta los resultados obtenidos de la realización de un diagnóstico descriptivo y exploratorio, el cual comprende en la implementación de un plan estratégico de comunicación interna y externa del Instituto Nacional San Juan Bautista, una institución que vela por la educación secundaria.

A partir de un análisis los datos recopilados dentro del centro escolar y de diversos autores expertos en el tema abordado, se propone el desarrollo e implementación de un plan estratégico de comunicación interna y externa, realizado a través de una metodología mixta como lo son: encuestas y entrevista, además del análisis de la matriz FODA y análisis de las estrategias FO, DO, FA Y DA, para obtener mejores resultados para el correcto funcionamiento del Instituto.

Esta investigación se realizó bajo la obtención de información a través del área de dirección, docentes, alumnos, padres de familia y demás personal administrativo del centro escolar. También a través de los diferentes autores que soportan el cuerpo de la investigación.

Palabras claves: Diagnóstico, comunicación, estrategias, interna, externa y organizacional.

Contenido

I.	Introducción	10
II.	Planteamiento del problema.	11
III.	Justificación	12
IV.	Objetivos de Investigación	13
	Objetivo general:	13
	Objetivos específicos:	13
V.	Antecedentes.....	14
VI.	Preguntas de Investigación	16
VII.	MARCO TEÓRICO	17
	7.1. Comunicación.....	17
	7.2. Comunicación Institucional	18
	7.2.1. Características	18
	7.3. Comunicación Organizacional.....	19
	7.3.1. Características	20
	7.4. Tipos de Comunicación	20
	7.4.1. Comunicación Interna.....	21
	7.4.2. Comunicación externa	22
	7.4.3. Comunicación Oral.....	22
	7.4.4. Comunicación Escrita.....	23
	7.4.5. Comunicación Directa	23
	7.4.6. Comunicación Indirecta.....	23
	7.4.7. Comunicación Descendente.....	26
	7.4.8. Comunicación Ascendente	27
	7.4.9. Formal e Informal.....	28
	7.5. Características de la Comunicación	29
	7.6. Canales de Comunicación	30
	7.6.1. Plataformas Digitales y redes sociales	30
	7.6.2. Funciones de la comunicación.....	31
	7.6.3. Informativa	31
	7.6.4. Estrategias de Comunicación.....	31
	7.7. Organización	32

7.7.1.	Estructura Organizacional	32
7.8.	Diagnostico	33
7.9.	Plan de Comunicación	33
7.10.	Educación	33
7.11.	Estrategia de la Educación	34
7.2.	Tipos de Educación	35
7.2.1.	Educación formal.....	35
7.2.2.	Educación no formal.....	35
7.11.1.	Educación informal	36
7.12.	Herramientas FODA.....	36
VIII.	DISEÑO METODOLÒGICO.....	38
8.1.	Enfoque de la investigación.....	38
	Tipo de investigación	38
	Universo	40
	Muestra	40
	Método	40
	Métodos generales.....	41
	Métodos de análisis	41
	Método de síntesis	41
	Técnicas para la recopilación de datos	41
	Observación	41
	Entrevista	42
	Encuesta	42
	Herramientas	42
	Análisis y discusión de resultados	43
	Universo y Muestra	43
	Análisis de Resultados de encuestas aplicadas a Estudiantes del Instituto Nacional San Juan Bautista	44
	Análisis de encuestas aplicadas a Docentes del Instituto Nacional San Juan Bautista.....	57
	Análisis de encuestas aplicadas a Padres de familia del Instituto Nacional San Juan Bautista	68
	Análisis de entrevista al Director del Instituto Nacional San Juan Bautista	75
	Resultados del análisis (F O D A) del Instituto Nacional San Juan Bautista	77
	Resultados del análisis (F O D A) de estrategias para el Instituto Nacional San Juan Bautista	85

PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA DEL INSTITUTO NACIONAL SAN JUAN BAUTISTA.	86
Introducción	86
Objetivos de estrategias.....	87
La misión y visión del Instituto Nacional San Juan Bautista de la Concepción, Masaya.....	87
Presentación	87
Metodología para ejecutar el plan estratégico.	88
Estrategias para el personal administrativo	90
Conclusión.....	91
Recomendaciones	92
Referencias	93
Anexos.....	96

I. Introducción

El presente trabajo aborda la temática de investigación del Diagnóstico de estrategias de comunicación interna y externa del instituto Nacional San Juan Bautista (INSJB) de San Juan de la Concepción del departamento de Masaya durante el segundo semestre 2021, cuyo objetivo principal es recopilar las principales experiencias obtenidas por los maestros, estudiantes y directivos durante su proceso de colaboración y aprendizaje dentro del centro de estudio.

A través de esta investigación se desarrolló la formulación del problema, el cual se cuestionaran trabajos relacionados con el tema del diagnóstico que proporcionan información adicional sobre este trabajo, así mismo la información que se obtendrá será mediante métodos y técnicas que se aplicaron en los próximos capítulos. Sin embargo, al iniciar el diagnóstico uno de los pasos más esenciales es definir los objetivos, desde el objetivo general que es cumplir el propósito hasta los específicos. Al mismo tiempo, nos basamos con un propósito y anhelo del diagnóstico, los objetivos a proponer deben ser reales, no propósitos imposibles de cumplir, que lleguen a ser realistas. Cada objetivo sirve de guía y permite limitar las acciones que se deben a tomar en el desarrollo del trabajo.

Actualmente la comunicación es un proceso globalizado e indispensable para la organización de cualquier institución pública o privada, siendo de gran importancia para fomentar el uso correcto de los sistemas de comunicación tanto interna y externa dentro y fuera de las instalaciones del centro de estudio.

Se desarrollarán las técnicas y métodos, que sirven para el análisis del problema ejecutando entrevistas, encuesta y una guía de observación planteada dentro de la unidad observada, el diseño metodológico, por el cual pasan procesos para obtener los resultados que permiten la facilidad de los objetivos específicos, para identificar las fortalezas y debilidades que existen en el sistema de comunicación del centro escolar. Finalmente se muestra la bibliografía según normativa APA y los anexos con los instrumentos de esta investigación.

II. Planteamiento del problema.

La comunicación interna y externa, consiste en la sistematización comunicativa actual de una organización, que estudia los distintos grupos o entidades que lo conforman, con el objetivo de analizar y generar cambios dentro de una institución para un mejor funcionamiento en su comunicación. En nuestro campo, el diagnóstico se centra en aspectos comunicacionales de una organización, ya sean estos tangibles o intangibles. Implica algo más que una descripción: se trata de proceso de análisis, sistematización e interpretación aplicados a la construcción de un modelo de análisis de comunicación integrada.

Con respecto al tema del diagnóstico se desarrolla la formulación del problema en el cual hay teorías que se vinculan con las estrategias de comunicación de se proporciona información de manera amplia estableciendo las principales necesidades de comunicación interna y externa. Dada la necesidad planteada se realizará un diagnóstico de comunicación donde se podrán analizar los beneficios obtenidos.

Daba la necesidad planteada se realizará una investigación diagnostica de las estrategias de Comunicación Interna y Externa del Instituto Nacional san Juan Bautista de San Juan de la Concepción del departamento de Masaya durante el II Semestre de 2021. Abarcando las formas de estrategias que realizan para difundir toda la información necesaria dentro del centro de escolar.

Interrogante ante la Problemática

¿Cuál es la situación de comunicación organizacional del Instituto Nacional san Juan Bautista?

III. Justificación

El diagnóstico de comunicación surge ya que en la actualidad el Instituto Nacional San Juan Bautista presenta debilidad en la comunicación a nivel externo, los maestros y dirección no le están dándole la debida importancia, ya que los maestros del centro tienen sus formas de comunicación ya establecidas y carecen de conocimientos o métodos estratégicos para implementar una buena comunicación externa. Esto significa que el centro educativo tiene problemas a la hora de transmitir información.

El resultado de este trabajo permitirá a los maestros y director del centro a tener una mejor comunicación y que les permita proporcionar estrategias de comunicación y mejorar la comunicación externa, parte que, tener una buena comunicación externa está fortalecerá la interna, por lo que habrá mayor comunicación al momento transmitir información a los padres y así podrán observar el progreso de la comunicación externa.

IV. Objetivos de Investigación

Objetivo general:

- Elaborar un diagnóstico de comunicación Interna y Externa que permita identificar las necesidades del Instituto Nacional San Juan Bautista de la Concepción del departamento de Masaya durante el II trimestre 2021.

Objetivos específicos:

- Identificar la situación de comunicación organizacional del Instituto Nacional San Juan Bautista.
- Formular una estrategia de comunicación organizacional para el Instituto Nacional San Juan Bautista.
- Desarrollar un plan estratégico de comunicación interna y externa para Instituto Nacional San Juan Bautista.

V. Antecedentes

Nacionales:

Para consolidar la información de nuestro diagnóstico se consultó los siguientes antecedentes están: “Propuesta de Comunicación Interna y Externa para el colegio público, Anexo Pablo Antonio Cuadra, de la Comarca las Enramadas en Managua, durante el segundo semestre del 2018”, Realizado por Aracely Ampié V. Hazel Estrada H. Solahanye Hernández C. (2018) con el propósito de obtener la Licenciatura en Comunicación para el Desarrollo de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua UNAN- MANAGUA. Esta esta investigación recopila datos sobre la comunicación terna y externa que existe dentro del colegio Anexo Pablo Antonio Cuadra, sus concepciones y teorías abordan la sistematización, organización y responsabilidad para detectar los problemas de comunicación entre las áreas o las dependencias que integran la institución pública ya mencionada.

También se indagó información en la tesis de seminario de graduación “Diagnóstico y plan estratégico de comunicación interna para el comité Olímpico Nicaragüense en el año 2019” elaborado por Denisse Barahona, Kenmil Calero y Xochilt Gago (2019), con el fin de obtener la Licenciatura en Comunicación para el Desarrollo de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua UNAN- MANAGUA. Esta investigación consiste en la recopilación de datos relacionados con la organización política y el plan estratégico que ejerce el Comité Olímpico Nacional de Nicaragua. Se escogió esta investigación como antecedente porque contiene la información necesaria para la realización de nuestro diagnóstico, además aborda un plan estratégico de comunicación que se relaciona con nuestro tema.

Internacionales

Como sustento de nuestro Diagnostico de Estrategias de comunicación interna y externa, el presente trabajo se encuentra fortalecido teóricamente con investigaciones realizadas por estudiantes de la carrera Comunicación para el desarrollo de la UNAN- Managua, quienes se darán la tarea de formular una Estrategia de Comunicación en un centro educativo, para ello se cita las siguientes investigaciones:

Diagnostico empresarial y propuesta de estrategias de comunicación organizacional interna del colegio Boston sede Facatativá, elaborado por Lic. Erika Milena Prieto Sanabria realizado en el período comprendido del 2017.

Este trabajo fue realizado por estudiantes de la Facultad de Ciencias Administrativas, Económicas y Contables, con el fin de realizar un Diagnóstico y proponer estrategias de comunicación organizacional interna del Colegio Boston Sede Facatativá. En el desarrollo de este análisis es con el propósito de determinar los factores incidentes desde la comunicación organizacional interna para así brindar propuestas de mejora que permitan progresar el crecimiento empresarial y fortalecer las redes internas.

La Infografía como Estrategia Didáctica para el Aprendizaje de los estudiantes de Educación Secundaria. Elaborado por, Gutierrez Alburqueque, Jack Antony durante el período de 2016.

Esta investigación se desarrolló de manera analítica para lograr mostrar que el uso de la infografía en el aprendizaje es una herramienta la cual puede fortalecer de manera amplia la educación.

Presentarla como una estrategia didáctica que favorecerá el aprendizaje de los estudiantes de educación secundaria; de igual manera, reforzará el aprendizaje; Y, por último, será utilizado como un medio de organización de información que permita la mejora del aprendizaje en los estudiantes.

VI. Preguntas de Investigación

¿Cuál es la importancia de identificar la situación de comunicación organizacional del Instituto Nacional San Juan Bautista?

¿Cómo formular estrategias de comunicación organizacional para el Instituto Nacional San Juan Bautista?

¿Cuál es la importancia de desarrollar un plan de comunicación organizacional para el Instituto Nacional San Juan Bautista?

VII. MARCO TEÓRICO

7.1. Comunicación

La comunicación está presente en todo aspecto de la vida, esto tiene un carácter multifacético en dependencia del ambiente que se desarrolle. Es así, que la comunicación es la base fundamental de cada ser humano para desempeñarse en el entorno, al tener una buena comunicación se proporcionan beneficios positivos para su vivir. De igual manera, nos ayuda a expresar de manera oral o escrita, es decir, nos brinda una vía correcta para ser sociables.

“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, pág. 8).

“La comunicación es, ante todo, 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, pág. 11).

Los seres humanos tenemos la naturaleza de sociabilizar; sin embargo, esto no significa que al momento de realizar la comunicación se haga de una manera adecuada, siendo esta nada afectiva y clara, todo ser humano debe saber comunicarse y otra muy diferente de conocer sobre la comunicación.

“La interacción entre el ser humano culturalmente situado y los objetos culturales propicia el desarrollo de motivos y percepciones de uno con otro, que compartan y

creen entendimientos comunes, en los cuales el lenguaje promueve el diálogo entre las conciencias”, (Brönstrup, Godoi y Ribeiro, 2007, pág. 29)

7.2. Comunicación Institucional

La Comunicación Institucional se construye desde el interior de la entidad hacia fuera, lo cual hace imprescindible definir una identidad de la organización, con objetivos y metas claras, y generar una comunicación integral, estratégica y eficaz entre los diversos mensajes de la entidad. Configurar, desarrollar, controlar y difundir las estrategias de comunicación que respalden a la organización en el cumplimiento de sus objetivos, ofreciendo recursos efectivos de coordinación, apoyando los procesos de cambio reforzando la integración del personal, (Urbina, 2007, pág., 38).

Se caracteriza por organizar y dirigir a las personas de un grupo social dentro de una institución que se rigen bajo un conjunto de procedimientos, reglas, principios y normas que se rigen bajo la identidad de la empresa u organización, con el fin de mejorar su imagen corporativa por el incremento de la competitividad, el aumento de los ritmos y la modificación del mensaje para transmitir una información veraz y objetiva.

7.2.1. Características

La comunicación institucional se caracteriza por tener un carácter dialógico, en el cual se representan diversas características:

- Mantiene una estrecha relación con el marketing, la publicidad y las relaciones públicas, ya que su función es fundamentar y transmitir la personalidad institucional.
- Mantiene un carácter dialógico para desarrollarse a plenitud en la sociedad.
- La identidad para una institución es primordial para el desarrollo y crecimiento de valores.
- La responsabilidad es el valor más importante para la representación de la imagen institucional.

- La imagen es primordial para el buen desarrollo y comunicación armoniosa dentro de una institución.
- La comunicación es de vital importancia para el desarrollo dentro de una institución ya que sirve para gestionar todos los actos comunicativos que son necesarios para implementar diversos temas de cotidianidad

7.3. Comunicación Organizacional

La comunicación organizacional es un conjunto de procesos que consiste en recibir y transmitir información o mensajes dentro de una organización que permite resolver las necesidades del personal que labora dentro de dicha instancia, por eso conviene explicar el campo donde se analizan los tipos de comunicación.

“La comunicación es útil para la organización en la medida en que satisface a las personas y garantiza un mínimo de cohesión entre ellas. Pero también es necesario tener en cuenta la finalidad de la organización, que podría definirse como la obligación de suministrar a sus clientes o socios ya sea un bien o un servicio en las mejores condiciones aceptables para ellos. Esto impone a la organización la necesidad de sobrevivir y desarrollarse”, (Ongallo, 2007, pág., 29).

La comunicación organizacional está formada por procesos de construcción de significados compartidos, intercambio de información e igual de símbolos, lo que se disuelve entre los miembros de la empresa y en el entorno. Los procesos de comunicación se forman conscientemente y de manera acertada, permitiendo mejorar la competitividad y productividad en la empresa, teniendo un cambio oportuno, flexible y claro entre los actores.

“La comunicación organizacional tiene un papel relevante en la participación de los trabajadores y con ello el enriquecimiento del proceso de toma de decisiones, en la integración sistémica de la empresa, en el fortalecimiento del sentido de pertenencia y en el desarrollo de sentimientos de identidad del público interno”, (Cobiellas, Becerra, Morales y Mariño. 2011, Pág. 141).

Por su parte Quíjia (2020) cita a Fernández, donde entiende que la comunicación organizacional como: un flujo de mensajes que se mueve en una red de relaciones interdependientes, es decir se da en un sistema complejo y abierto (la organización). En este sistema la comunicación es afectada por el medio ambiente, pero las comunicaciones de una organización también pueden ejercer influencia en el exterior.

7.3.1. Características

Comunicación organizacional, consiste en recibir y transmitir información de diferentes técnicas, métodos y medios comunicativos, que existen a nivel interno y externo dentro de una organización, desarrollando su interactividad a través de 3 principales características:

- Permite conocer los recursos humanos para tener un mejor desarrollo dentro de las decisiones que tomen los directivos para el amplio cumplimiento de las normas de la institución.
- El desarrollo en la empresa, es esencial para el crecimiento laboral e institucional para desarrollar las metas y proyectos establecidos.
- La productividad que generan, es importante porque ayuda a mejorar y tener un mejor desempeño dentro del ámbito laboral para tener un buen desempeño dentro de la sociedad.

7.4. Tipos de Comunicación

Existen cuatro tipos de comunicación, La Comunicación Escrita, Comunicación Oral y no Verbal, Comunicación Directa o Indirecta y Comunicación Formal o Informal. Cada uno de estos tipos de comunicación pretende informar sobre cada uno de los puntos que se debe fortalecer para tener una mejor comunicación laboral.

7.4.1. Comunicación Interna

Es el conjunto de actividades efectuadas por la organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales. (Andrade, 2017, pág. 9).

La comunicación interna es como la respuesta a las necesidades internas para así motivar al equipo y obtener a los mejores, en un ambiente con más rapidez. En definitiva, la comunicación interna actúa en varios ámbitos de la empresa como herramienta a su servicio:

- a) Para la gestión interna (recursos humanos, cultura empresarial, sistemas de calidad).

- b) Para la solución o atenuación de los efectos de una situación crítica, tanto por condicionantes internos como externos. La función de comunicación supone una concreción de los flujos comunicativos que se dan en el seno de una organización (Ongallo, 2007, pág., 75).

La importancia de promover la comunicación interna de una manera eficaz, es el reconocimiento con entidad, y alcanzar logros de forma colectiva.

Una de las mejores formas de mejorar la comunicación interna de una empresa es gracias a este tipo de comunicación. Los empleados de menos rango suelen ser los que mejor conocen el funcionamiento interno de la empresa por lo que escucharles debe ser una prioridad para cualquier directivo (Ampié, Estrada y Hernández, 2019, pág., 18).

7.4.2. Comunicación externa

Es el 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 lo que en términos generales se conoce como Relaciones Públicas, como la Publicidad (Andrade, 2017, pág. 9).

La comunicación externa va dirigida al público en general, que es la transición y recepción de los mensajes. Es fundamental que el flujo comunicacional sea de manera eficaz para así proyectarse de manera positiva.

Los procesos comunicativos que tienen lugar entre la organización y sus públicos externos siendo los proveedores, clientes, distribuidores, autoridades gubernamentales, medios de comunicación, localidad, competencia, etc., con el objetivo de mantener y mejorar las relaciones con dichos públicos y, por lo tanto, potenciar una imagen favorable de la institución, es a lo que se le denomina Comunicación Externa (Loor, 2016, pág. 16).

7.4.3. Comunicación Oral

Según Barahona, Calero y Gago (2019), este es el principal medio para transmitir mensajes. Las ventajas de la comunicación oral son la velocidad y la retroalimentación inmediata. Si el receptor no está seguro del mensaje, el emisor lo detecta por la retroalimentación inmediata y puede corregirse. La principal desventaja de la comunicación oral aflora en las organizaciones cuando un mensaje debe pasar a través de varias personas (pág. 8).

La comunicación oral es momentánea durando solo el instante en que es emitida, siendo espontánea e inmediata y no puede ser borrada; la comunicación escrita es captada por medio de la vista y no existe una retroalimentación.

7.4.4. Comunicación Escrita

Entre ellos se encuentra los correos electrónicos, memorandos, cartas, noticias publicadas en boletín entre otros. Se utiliza este sistema, ya que es tangible y verificable debido a que se lleva un registro. Los mensajes escritos también tienen su desventaja, debido a que se puede consumir demasiado tiempo en la redacción y transmisión de este (Barahona, Calero y Gago 2019 pág. 8).

La comunicación escrita es la forma de expresión a través de un escrito. Se basa como un método que se utiliza para la comprensión de un mensaje por medio de la escritura. La comunicación está presente desde tiempos atrás y se refleja la evolución de la comunicación a través de los años de la humanidad.

7.4.5. Comunicación Directa

Se encarga de transmitir la información clara y concisa en la que piensa una persona sobre un tema o información en específica, de un mensaje determinado que se produce a través de la relación personal e interpersonal. Además se puede catalogar como el principal desarrollo para una comunicación más fluida e instantánea para intercambiar mensajes y sentimientos de una forma eficaz y concreta.

Es en donde entran en contacto el emisor y el receptor. También es denominada comunicación boca-oído (Barahona, Calero y Gago 2019 pág. 9).

7.4.6. Comunicación Indirecta

Es donde la comunicación está basada en una herramienta o instrumento, porque el emisor y el receptor se encuentran a distancia (Barahona, Calero y Gago 2019 pág. 9).

Para mejorar la comprensión de los tipos de comunicación los autores Balarezo (2014) expone que; la comunicación oral la implementamos por medio de signos orales y palabras habladas, haciéndose el acto de comunicar mediante la voz; la comunicación escrita está plasmada en algún material o dispositivo, la cual la interacción entre el emisor y receptor no es de forma inmediata.



Este tipo de comunicación es la cual el emisor pone en uso las barreras de comunicación para poder expresarse, es decir, que sus mensajes no llegan a ser claros o precisos; la retroalimentación que se genere no será afectiva.

Es usada con frecuencia para poder intermediar en mensajes que no son adecuados o tienen la sensibilidad que requiere, es por ello, que ayuda a emitir susceptibilidad a los receptores. Además, esta forma de comunicarse es empleada de una manera a la formal.

Para Balarezo (2014) cita a EHB (2010), que la comunicación se puede clasificar en distintas tipologías dependiendo del canal utilizado y el grado de interacción entre emisor y receptor. En función del canal utilizado:

Escrita: La que se realiza mediante la palabra escrita en un soporte, utilizando grafías, letras.

Oral: La que se realiza mediante la palabra hablada, utilizando sonidos.

No verbal: Compuesta principalmente por expresiones faciales y gestos corporales.
(pág. 32)

Esta forma de comunicación indirecta "Oral" o cara a cara; es la comunicación interpersonal que se da en el lugar y tiempo mismo.

La comunicación indirecta de forma escrita o mediada por un canal; es interpretada como la comunicación interpersonal que es usada por medio de un medio o canal a transmitir el mensaje.

La comunicación no verbal es la que se da a través de las diferentes categorías que conforman el lenguaje corporal, así como de los aspectos no lingüísticos del discurso (volumen, tono, inflexión y otros elementos relacionados con el uso de la voz). También hay mensajes que envía la organización, de manera consciente o inconsciente, voluntaria o involuntaria, a través de una gran variedad de medios, como la decoración, el orden y limpieza, las instalaciones, la tecnología, el equipo, los uniformes, la distribución física de las áreas y personas, y otros muchos que reflejan también, y por tanto comunican, la cultura de la organización. (Andrade, 2017, pág. 10)

Además se encarga de estudiar el comportamiento humano a través de un proceso en el cual interviene todo tipo de movimientos corporales, expresiones y gestos que constituyen el lenguaje corporal y así transmitir mensajes de manera objetiva y sencilla para expresar lo que no se puede hablar demostrado por medio de una mirada un gesto o una postura en la cual se puede transmitir una información veraz y objetiva de un tema en específico.

Es el conjunto de actividades efectuadas por la organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales. (Andrade, 2017, pág. 9)

En definitiva, la comunicación interna actúa en varios ámbitos de la empresa como herramienta a su servicio:

a) Para la gestión interna (recursos humanos, cultura empresarial, sistemas de calidad).

b) Para la solución o atenuación de los efectos de una situación crítica, tanto por condicionantes internos como externos. La función de comunicación supone una concreción de los flujos comunicativos que se dan en el seno de una organización. (Ongallo, 2007, pág., 75)

7.4.7. Comunicación Descendente

Es la más inmediata y la que todos, en principio, desean recibir. Quizá sea también la prioritaria, ya que permite que cada uno se sienta partícipe de los problemas que conciernen a la empresa, la oficina o el departamento, y porque condiciona a las demás formas de información con su acción.

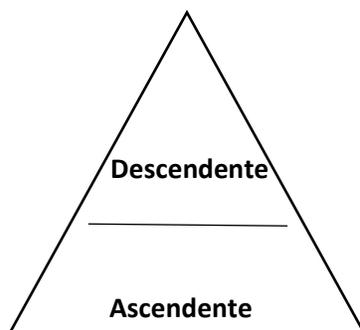
Su propósito consiste en difundir los mensajes de arriba abajo, según el nivel jerárquico, con el fin de asegurar una buena comprensión de los objetivos, la organización y la marcha de la empresa en todos sus aspectos. Sus campos privilegiados son: la situación socio laboral de los colaboradores, los salarios, los horarios, las reorganizaciones, los cambios, las promociones, los problemas técnicos, la gestión, la seguridad, la marcha de la compañía (objetivos, planes, proyectos, resultados), el entorno de la empresa u organización en cualquiera de sus vertientes (Ongallo, 2007, pág. 33).

Es importante en cualquier ámbito a desarrollar, sin ella no transmitiríamos. La comunicación descendente es la que influye de altos cargos en un sitio laboral, es la que se produce por medio de mandos superiores. Se puede manifestar por medio de reuniones, correos, circulares o noticias dentro de la institución.

Es una comunicación eficiente y efectiva, ya que, se emplea de la persona responsable y proporciona la información de interés para el desarrollo de sus mismos colaboradores.

7.4.8. Comunicación Ascendente

La comunicación ascendente trasciende y valoriza los niveles inferiores y crea sectores superiores para demostrar sugerencias y soluciones para resolver conflictos o problemas que surgen dentro de un grupo estudiado para generar una mejor comunicación dentro de una institución u organización.



De igual manera, Ongallo (2007) define la comunicación ascendente:

La comunicación ascendente permite a los responsables de los distintos niveles tener un contacto estrecho con los niveles inferiores. De este modo se asegura el conocimiento de las actividades y los resultados de los colaboradores. Así mismo, permite que éstos expresen sus aspiraciones, satisfacciones y problemas. Sin ella, serían imposibles la participación en la organización y la gestión clara de los responsables. La comunicación ascendente supone establecer cierto clima de confianza que garantice su sinceridad. Como se considera menos necesaria, es preciso salir en su busca y exigirla en todo momento, para que también sea permanente y continua, al igual que la comunicación descendente. (pág. 35)

La comunicación oral es momentánea durando solo el instante en que es emitida, siendo espontánea e inmediata y no puede ser borrada; la comunicación escrita es captada por medio de la vista y no existe una retroalimentación.

7.4.9. Formal e Informal

La Comunicación formal es donde un mensaje es originado por un integrantes de la empresa de un nivel jerárquico alto y va dirigido a un integrante de nivel superior o del mismo rango, siempre y cuando tomen en cuenta los canales ya establecidos por la empresa, mientras la comunicación informal es la que circula un mensaje entre los actores internos y se desconozca el origen de este, y sin utilizar los canales ya establecidos por la empresa.

La comunicación formal se utiliza para la comunicación a nivel personal, se basa en las relaciones personales, esta se vincula con la formalidad organizativa y las reglas corporativas.

La comunicación formal es una manera de comunicación que se identifica por uso de medios, canales o sistemas designados. Se describe como las pautas organizativas que ayuda a garantizar la buena comunicación.

Para Andrade (2017), la comunicación formal e informal, las define:

La comunicación formal es la que se da a través de las fuentes y/o los canales oficiales de la organización.

La comunicación formal se establece entre los niveles de jerarquía de la institución estableciendo una comunicación con lo interno y externo, da la credibilidad e influye en el comportamiento de los demás.

La comunicación informal es la que utiliza la red no oficial de relaciones interpersonales. Generalmente se da de boca en boca y se le suele conocer “Lenguaje oral y Escrita: Tanto la lengua oral y escrita pertenecen al mismo código lingüístico, sin embargo, una u otra poseen características y recursos que son propios” como “radio pasillo”, término que resulta muy gráfico para entender su naturaleza. (pág. 10)

La comunicación informal no sigue los lineamientos de la formal, suele llevarse a cabo de manera oral, por la rapidez de difundir el mensaje, pero a la vez es rigurosa.

La comunicación informal puede generar la buena comunicación, pero se pueden crear rumores, mal manejo de información y comunicación, puede facilitar la comprensión, pero no existe un control de esta.

7.5. Características de la Comunicación

La comunicación es un proceso de transmisión de información entre dos o más personas caracterizado a través de sus diferentes elementos que la complementan para generar una comunicación retroalimentada y con un lenguaje más fluido y empleado a través de las características que surgen del proceso comunicativo. Sin embargo se caracteriza por mantener un emisor y un receptor que se comunican a través de un proceso dinámico que es de gran importancia para la interacción de los individuos y así favorecer a la organización social que fluye de los grupos sociales sin la cual es imposible que no se lleve a cabo la comunicación como un proceso continuo y eficaz.

Frente a la insuficiencia del paradigma clásico, França citado por Brönstrup, Godoi y Ribeiro (2007), defiende la necesidad de un paradigma más consistente y complejo, que contenga elementos capaces de tratar y consolidar el área de la comunicación. Considera relevante para el tratamiento de la comunicación las siguientes características:

- Un proceso de intercambio: acción compartida, práctica concreta, interacción, y no sólo un proceso de transmisión de mensajes.
- La atención a la presencia de interlocutores: a la intervención de sujetos sociales que desempeñan papeles, implicados en procesos de producción e interpretación de sentidos, más que simples emisores y receptores.
- La identificación de los discursos: formas simbólicas que traen las marcas de su producción, de los sujetos implicados, de su contexto, y no exactamente mensajes.

La aprehensión de procesos producidos situacionalmente: manifestaciones singulares de la práctica discursiva y del panorama sociocultural de una sociedad, en vez del recorte de situaciones aisladas. (pág. 31-32).

La comunicación pretende provocar un cambio en los comportamientos y valores de los emisores y receptores al momento de generar una conversación constante y fluida. Esto tiene como objetivo las características de comunicación, ya que, no sólo es garantizar la claridad del mensaje, sino que de igual forma mejorar la receptividad posible al otro lado del canal.

7.6. Canales de Comunicación

Son canales estrictamente necesarios para que surja un flujo de información continua en la empresa y a que su vez, resulte accesible y conciso para el orden de funcionamiento correspondiente en la parte interna y externa (Prieto, 2017, pág. 29).

Los canales de comunicación son un vehículo que transportan los mensajes del emisor hacia al receptor, como parte primordial la comunicación, el canal interviene en cualquier proceso de comunicación, por lo tanto, el mejor canal en una institución es un paso adelante hacia la comunicación eficiente, clara y concisa.

La elección de un canal principal y de canales alternos para transmitir relevante de una institución debe ser carácter primordial en cualquier entidad. (Henríquez y Gutiérrez, 2019, pág. 22).

7.6.1. Plataformas Digitales y redes sociales

Las plataformas digitales se consideran como un medio formal de comunicación, debido que esa es su función, ser un medio de comunicación digital en el que las personas se puedan contactar sin importar el lugar en el que se encuentra. Es un medio que ha venido a revolucionar la comunicación en todos los sentidos porque aparte de comunicar se puede utilizar como medio de divulgación, lo cual es algo que una

institución podría preferir debido a todos los beneficios que vienen con estas (Henrríquez y Gutiérrez, 2019, pág. 22 – 23).

7.6.2. Funciones de la comunicación

Las funciones de la comunicación permiten expresar, comunicar, escuchar, comprender e interpretar la importancia de emitir mensajes y transmitir valores de modos sociales que permiten el desarrollo de nuevas pautas del comportamiento mediante la utilización de medios, códigos y herramientas para generar la preservación de la sociedad a través del tiempo y que forman parte fundamental de la existencia de la evolución humana en diferentes grupos.

7.6.3. Informativa

Se utiliza la función en representación del lenguaje, ya que, con esta se intenta explicar algún suceso o termino, describir relaciones entre os conceptos o de instruir sobre un proceso.

La función principal de la comunicación es dar a conocer algo que puede ser una idea, una noticia, un hallazgo, un pensamiento, cualquier cosa que permita a una persona relacionarse, Asimismo, es utilizada para brindar conocimiento que mejoren a personas que no tienen conocimiento sobre un tema determinado (Henrríquez y Gutiérrez, 2019, pág. 19).

7.6.4. Estrategias de Comunicación

Las estrategias de comunicación son herramientas de sistematización y planificación para tomar en cuenta aspectos importantes dentro de una organización o cualquier tipo de institución, llegando al público meta con el fin de conseguir clientes o aliados para el beneficio mutuo.

Según Pouplana (2020), las estrategias de comunicación son una herramienta de acción que ayuda a la organización a definir, elaborar y lanzar sus mensajes de manera efectiva, a través de cualquier canal y hacia todo tipo de destinatarios. Para que una estrategia de comunicación sea efectiva, debemos ser conscientes de que la comunicación, tanto interna como externa, es algo prioritario para la organización. La estrategia de comunicación debe estar alineada con los objetivos y valores de la empresa, ser honesta y partir de un buen conocimiento del público al que se dirige la empresa.

Las estrategias de comunicación son herramientas para la planificación que se realiza para los aspectos que sistematizan y le dan coherencia.

7.7. Organización

En la actualidad la organización resulta el escenario de gran parte de la actividad del hombre. Considerando la interdependencia y especialización vigentes en las prácticas de la sociedad contemporánea las organizaciones han devenido en la forma más importante de asociación humana. Debido a esto se ha alcanzado gran notabilidad y se tiene desarrollado un extenso campo de investigación que se derivan diferentes razonamientos teóricos.

Es un sistema social con una estructura ordenada que permite interactuar entre a personas con diferentes roles, cargos y responsabilidades enfocadas en un mismo objetivo en común para lograr dentro de un tiempo, espacio y cultura determinada.

7.7.1. Estructura Organizacional

Se basa principalmente en la organización jerárquica de una empresa, institución y organización interna y administrativa para cumplir con cada una de las normas, funciones y responsabilidades establecidas para alcanzar las metas y objetivos establecidos.

Según Barahona, Calero & Gago (2014), citan a Blau (1974), por su estructura organizacional “la define a lo largo de varias líneas de personas entre posiciones sociales, que influyen en las relaciones de los papeles entre esa gente.”

7.8. Diagnostico

El diagnóstico es lo primero para una buena planificación, por lo tanto, es importante conocer previamente una definición de planificación (Espinoza y Moreno, 2014, pág. 34). Un diagnóstico comunicacional es una forma de que una institución pueda valorar su situación comunicacional, para así observar sus fortalezas y debilidades que tienen presente. Al crear un diagnóstico es el inicio de mejorar la comunicación sea interna y externa del instituto.

7.9. Plan de Comunicación

El plan estratégico de comunicaciones es para desarrollar una mejor herramienta de interacción dentro de la institución y así garantizar el alcance positivo que genere dentro de la comunidad estudiada, dentro del plan estratégico es importante estudiar y desarrollar el diagnóstico de comunicación interna y externa en el colegio para analizar las condiciones y desarrollo de estas.

El plan de comunicación es un documento que recoge las políticas, estrategias, recursos, objetivos y acciones de comunicaciones, tanto internas como externas, que se propone realizar una organización (Plataforma del Voluntariado de España, s.f, pág.1).

7.10. Educación

Según Dubón (2012), la palabra educación se deriva de las voces latinas educare y exducere. Ambas voces constituyen el concepto educativo y cita a Mendoza que "la primera significa criar, nutrir, alimentar, mientras el segundo vocablo se refiere a sacar, llevar,

conducir desde dentro hacia fuera. Se concluye, cuando se quiere definir el concepto sólo desde su etimología, que la educación es un "proceso de nutrir, llenar y al mismo tiempo de sacar lo que se tiene dentro (pág.9).

La educación es un proceso organizacional que facilita el aprendizaje de conocimientos, habilidades, valores o actitudes que se ejercen de diferentes formas y pueden variar en contenidos, pero manteniendo un mismo objetivo.

7.11. Estrategia de la Educación

Las estrategias de enseñanza son métodos, procedimientos o recursos utilizados por los profesores para conseguir que sus alumnos logren aprendizajes significativos. La aplicación de estas estrategias permite al profesorado transformar el aprendizaje un proceso activo, más participativo y que el alumno recuerda con mayor facilidad. Muchas de estas estrategias comparten en común el ser muy cooperativas, algo que facilita la asimilación de valores, desarrolla un mejor ajuste emocional en el alumnado y los prepara para la vida en sociedad (Montagud, s.f).

Estas estrategias, si bien muy cambiantes, no se deben aplicar sin un conocimiento previo. La selección de la estrategia de enseñanza se debe hacer teniendo en cuenta qué propósitos se quieren conseguir, así como las competencias que se desean desarrollar en el alumnado. Es muy importante que el docente sepa desempeñar su papel, puesto que es su responsabilidad la de propiciar un ambiente de aprendizaje.

La estrategia viene a ser el plan o un sistema de acciones estructuradas e integradas, con medios diversos para lograr un determinado objetivo. Alternativas, medios o actividades, caminos para el logro u obtención de metas concretas u objetivos. En otras palabras, podemos definir que la estrategia de decir, que es un compuesto de acciones, pasos o actividades planificadas para el logro de un objetivo en un determinado plazo, pedagógicamente hablando, podemos decir que son los conjuntos de operaciones y actividades empleadas para

la adquisición de conocimientos, utilizando toda una serie de habilidades, destrezas y capacidades, etc. presentes o que posee el estudiante (Gutierrez, 2016, pág.32).

7.2. Tipos de Educación

La educación ha evolucionado de manera extraordinaria y cada vez supera los procesos de aprendizaje, conocimientos, habilidades, actitudes y valores implementados en los diferentes contextos que se presentan a diario. Sin embargo existen diversos tipos de educación que pueden mejorar aún más la vida y las relaciones humanas.

La educación es un concepto universal, la educación reglada puede variar de un país a otro. Además, cada contexto cultural aporta diferencias en el modo de educar, por lo que en cada una de estas categorías pueden existir muchos matices, según el contexto puede ser formal, no formal e informal (Corbin, s.f).

7.2.1. Educación formal

También conocido como el proceso de educación integral, que está relacionado con la educación infantil, primaria, secundaria y superior, que impulsa el mejoramiento personal de todos los seres humanos.

La educación formal, es el proceso integral correlacionado que abarca desde la educación primaria hasta la educación secundaria y la educación superior, y que conlleva una intención deliberada y sistemática que se concretiza en un currículo oficial, aplicado con definidos calendario y horario (Pedagogía y Didáctica, s.f).

7.2.2. Educación no formal

Según Corbin (s.f) la educación que es intencional y organizada, pero que está fuera del ámbito formal, por lo que no existe ley alguna y no está regulada por

la esfera gubernamental. Puede reconocerse por medio de certificados, pero no tienen valor profesional.

La educación no formal no es un proceso sistematizado, esta puede potenciar las diferentes habilidades para la relación personal y social; Y también, refuerza la adaptación de una actitud crítica por medio de tratados sociales, las pretensiones de poder y los medios de comunicación.

La educación no formal engloba toda actividad educativa realizada fuera de la estructura del sistema formal con el objeto de impartir cierto tipo de aprendizaje a algunos subgrupos de la población, ya sean adultos o niños. Es necesario distinguir la educación no formal de la informal, ya que la primera se caracteriza por estar organizada y planificada, impartándose en centros específicos o con el formato de cursos online (Universidad Internacional de Valencia, 2015).

7.11.1. Educación informal

Según Corbin (s.f) la educación informal se da sin ninguna intención, y ocurre a lo largo de la vida. Sucede en el ámbito social, por ejemplo, cuando los padres educan a su hijo en valores. Es la que ha tenido una mayor importancia en términos históricos, ya que la formal hace relativamente poco que existe. Así pues, este es uno de los tipos de educación que se dan de manera constante a lo largo de la vida, incluso en situaciones en las que no se tiene consciencia de ello.

La educación informal sería un proceso no sistematizado, que dura toda la vida, en el que las personas adquieren y acumulan conocimientos, capacidades y actitudes de las experiencias diarias y del contacto con su medio.

7.12. Herramientas FODA

Esta herramienta clásica de la planificación estratégica se utiliza para concluir la etapa del diagnóstico situacional, siendo también base para la elaboración de las estrategias para la acción. Su nombre se deriva de las siglas, (F) Fortalezas, (O) Oportunidades, (D) Debilidades

y (A) Amenazas. Las fortalezas y debilidades pertenecen al ámbito interno y las oportunidades y amenazas al externo (Fundación CODESPA, 2015, Pág. 37).

Para el análisis FODA del Instituto Nacional San Juan Bautista, se determinan las fortalezas que son los factores críticos positivos internos, en las oportunidades los factores positivos externos, las debilidades son los factores críticos negativos a eliminar o reducir mediante lo interna y las amenazas son las críticas negativas externas que pueden bloquear los objetivos.

VIII. DISEÑO METODOLÒGICO

8.1. Enfoque de la investigación

El presente trabajo tiene de manera mixta el enfoque, ya que es el proceso en el cual se recolecta, vinculan datos cuantitativos (encuesta), cualitativos (entrevista) y análisis del estudio, para así responder al problema de investigación.

Como se mencionó, uno de los pasos más importantes de esta investigación y decisivos es la elección del método o camino que se llevará a obtener de la investigación los resultados validos donde respondan a los objetivos planteados. De esto dependerá la forma del trabajo, se obtendrá la información, los análisis que se practicarán y así el tipo de resultados que se obtendrán.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014) Utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías. El enfoque cuantitativo (que representa, como dijimos, un conjunto de procesos) es secuencial y probatorio. Cada etapa precede a la siguiente y no podemos “brincar” o eludir pasos. El orden es riguroso, aunque desde luego, podemos redefinir alguna fase. Parte de una idea que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica.

Tipo de investigación

Este estudio que se aplicó en el diagnóstico es de manera descriptivo, en el cual se describe la situación actual de la comunicación interna y externa del centro escolar. Este trabajo se desarrollará a partir del tema justificando de cómo son las estrategias de Comunicación Interna y Externa de Instituto Nacional san Juan Bautista, el cual permitió detectar fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, este diagnóstico está basado en otras investigaciones y la veracidad de los informes de informes o investigaciones que presentan diferentes tipos de análisis y métodos.

Los estudios exploratorios se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que tan sólo hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio, o bien, si deseamos indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas, los estudios exploratorios se realizan cuando el objetivo consiste en examinar un tema poco estudiado (Hernández, Fernández y Baptista 2010).

De igual manera se realizará el estudio no experimental, porque la observación es la técnica principal que se utilizó, donde se trabajó en el ambiente interno y externo del colegio.

El Diseño de la investigación es tipo no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para posteriormente analizarlos. Es el estudio que se realiza sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos. (Hernández, Fernández y Baptista 2014).

La investigación no experimental está más cerca de las variables formuladas hipotéticamente como “reales” (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, pág. 162).

Según el periodo y secuencia del estudio el desarrollo del diagnóstico es transversal según Hernández, Fernández y Baptista (2010)

“recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía de algo que sucede” (pág. 151).

El proceso que se lleva a cabo y tipo de estudio según el nivel de profundidad del conocimiento será descriptivo y exploratorio, Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas (Hernández, Fernández y Baptista 2010).

Universo

El universo estará representado por la cantidad de estudiantes que conforma el instituto, totalizando un universo de aproximadamente 900 que equivale a la cantidad de padres.

Muestra

El tipo de muestra que se utilizara para los estudiantes es muestreo por beneficio y no probabilístico, porque se seleccionaron a los encuestados de acuerdo al interés de la investigación, en este caso a 100 estudiantes de 5to año del turno vespertino del instituto Nacional san Juan Bautista, ya que son ellos los que tienen más dominio y conocimiento de tomar responsabilidad y responder las interrogantes de las encuestas.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010):

“La muestra es, en esencia, un subgrupo de la población. Digamos que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población” (Pág. 175).

También se utilizará el tipo de muestra por beneficio en los maestros, esto es una forma de selección con mayor accesibilidad. De igual manera, en los padres de familia de 1er año.

Método

El método que se utilizara en este diagnóstico fue el inductivo, ya que parte de la situación comunicacional, en la que se encuentra en el Instituto para que así se puedan proponer estrategias que ayuden al mejoramiento de sus debilidades.

Métodos generales

Métodos de análisis

Se valorará como es la comunicación interna y externa del Instituto Nacional san Juan Bautista

Método de síntesis

En este espacio se valorarán las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas con la finalidad de proponer estrategias que ayuden a mejorar el flujo comunicacional.

Técnicas para la recopilación de datos

Observación: Estudiantes, maestros y padres de familia. Para conocer de manera más objetiva el fenómeno en estudio.

Encuesta: con una estructura de variables nominales, que fueron realizadas a partir de interrogantes. (Estudiantes, maestros y padres de familia)

Entrevista: Se realizará de forma directa al director y sub-directora, para recalcar los datos que ejecutan la investigación.

Observación

El proceso de observación, exige tener un plan de directrices determinadas en relación a lo que se plantea.

Entrevista

Por medio de la entrevista que se realizara al director y sub directora del Instituto, se planteara y se obtendrá toda la información requerida y empleando la observación, por medio de ello se entiende el interior del colegio para conocer sus ideales, creencias, comportamientos y conocimientos. Es por eso, se dice que la entrevista es una forma de conversación interpersonal, la cual denominada entrevistada y entrevistador. Realizándose un dialogo de acuerdo con las pautas acordadas.

Encuesta

En esta investigación se realizara una encuesta de tipo nominal con el propósito de obtener datos a través de los alumnos, maestros y padres de familia del colegio. La encuesta es una de las modalidades utilizadas frecuentemente por las empresas de mercadeo. Con esta técnica de carácter masivo tiene como validez el interés de la opinión pública y almacenando una base de datos en información cuantitativa.

Herramientas

Se utilizará el celular móvil para el grabado de las entrevistas y para fotografiar partes del instituto, un micrófono, una computadora, etc.

Análisis y discusión de resultados

Universo y Muestra

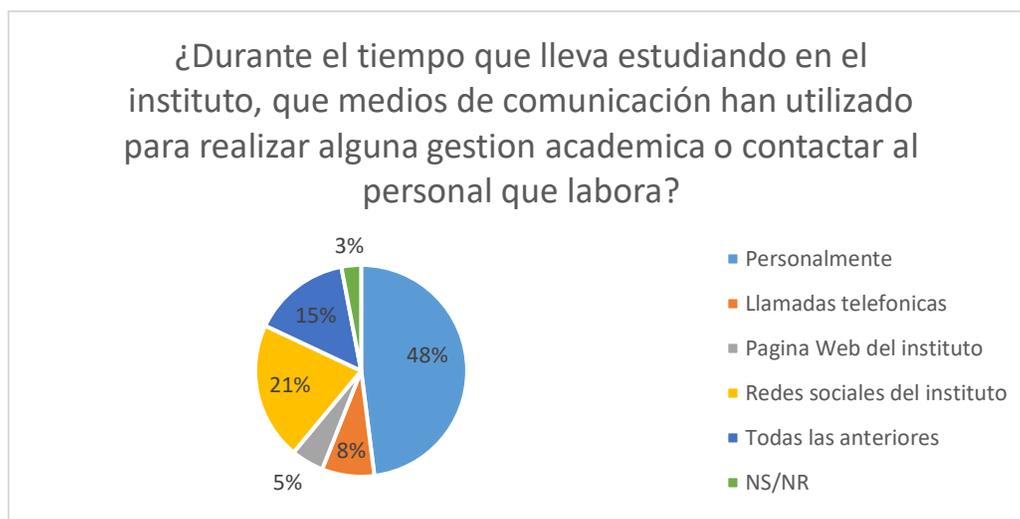
El universo y muestra del diagnóstico comprenden al director, estudiantes, docentes y padres de familia del Instituto Nacional San Juan Bautista.

Tabla de frecuencia			
Objetivo de estudio	Muestra	Total	Instrumento aplicado
Director	1	1	Entrevista
Docentes	13	13	Encuesta
Estudiantes	100	900	Encuesta
Padres de familia	50	900	Encuesta

Tabla No. 1. Proporción de muestra por unidad de estudio

Grafica N° 1

Administración y gestión académica

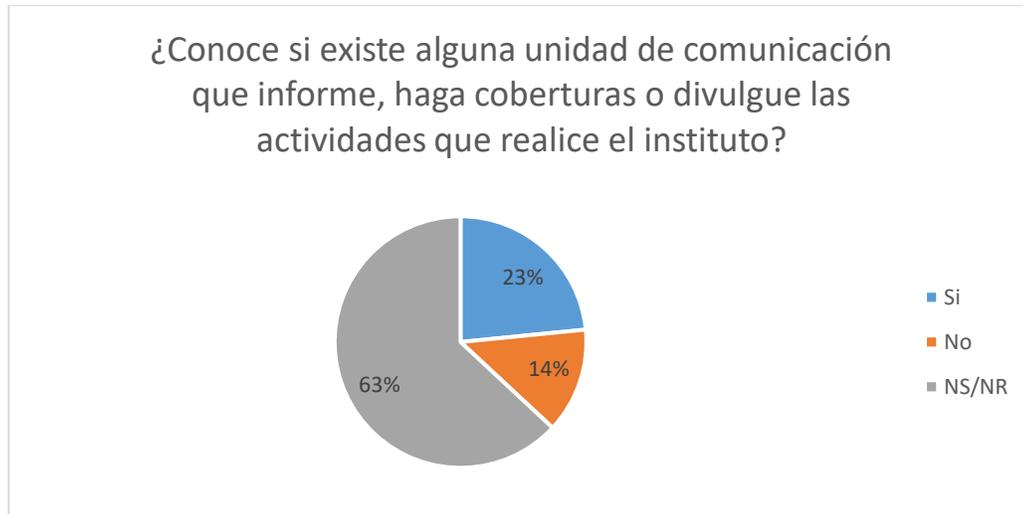


Fuente: Elaboración propia

El 48% de los estudiantes del Instituto Nacional San Juan Bautista se comunican de manera personal, mientras un 8% de los alumnos realizan sus gestiones a través de llamadas telefónicas, el 5% de manera virtual para resolver sus dudas, el 21% opta por navegar en las redes digitales, el 15% creen conveniente utilizar todas estas herramientas de comunicación para realizar sus gestiones y el 3% no sabe o no realiza sus gestiones académicas, por lo que, Prieto (2017) asegura que los canales son estrictamente necesarios y así surja un flujo de información continua y concisa para el orden de funcionamiento correspondiente en la parte interna y externa.

Grafica N° 2

Área de divulgación

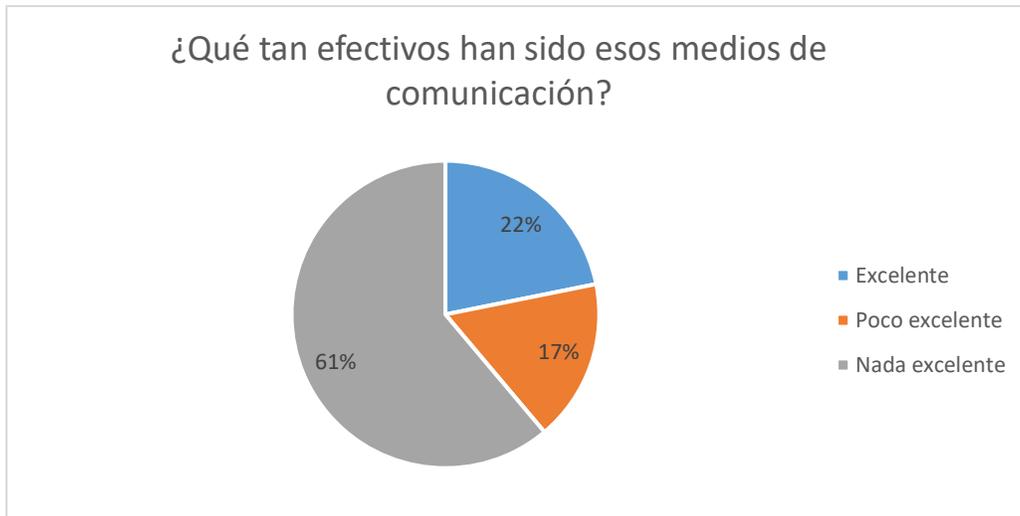


Fuente: Elaboración propia

Brönstrup, Godoi y Ribeiro (2007), comentan que la interacción entre el ser humano culturalmente situado y los objetos culturales propicia el desarrollo de motivos y percepciones de uno con otro, y es así que el 23% de los estudiantes encuestados si saben de la existencia de la unidad de comunicación divulgue, informe o haga cobertura de las actividades del centro de estudio. El 14% no sabían de esta unidad y el 63% no sabían la existencia de algún medio de comunicación que informara o divulgue la información. Estos datos son justificados en los resultados de la encuesta y de la información obtenidos por medio de la entrevista del director del Instituto el cual plantea que el centro de estudio es reconocido, ya que, es el único colegio de educación secundaria en la zona.

Grafica N° 3

Efectividad de medios

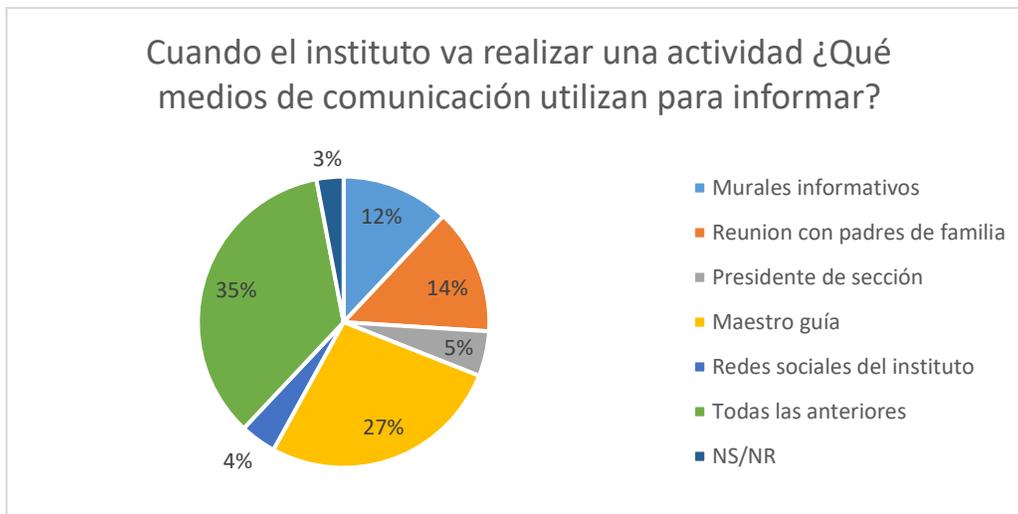


Fuente: Elaboración propia

Con forme a los medios con que se les informa a los estudiantes sobre las diferentes actividades del Instituto Nacional San Juan Bautista, el 61% consideran que los medios de comunicación que utilizan son nada efectivos para mantener una buena relación e informarse de manera concreta y veraz, el 22% de ellos la valoran excelente y el 17% poco excelente en su efectividad. Henrríquez y Gutiérrez (2019), proponen que la importancia de establecer nuevas formas de comunicación es vital, ya que, se tiene que tomar en cuenta que son jóvenes los que reciben la información y están acostumbrados a las nuevas tecnologías de la información y una buena estrategia comunicacional para el centro educativo es incorporarlas para mantener informado a todo el instituto.

Grafica N° 4

Efectividad de medios

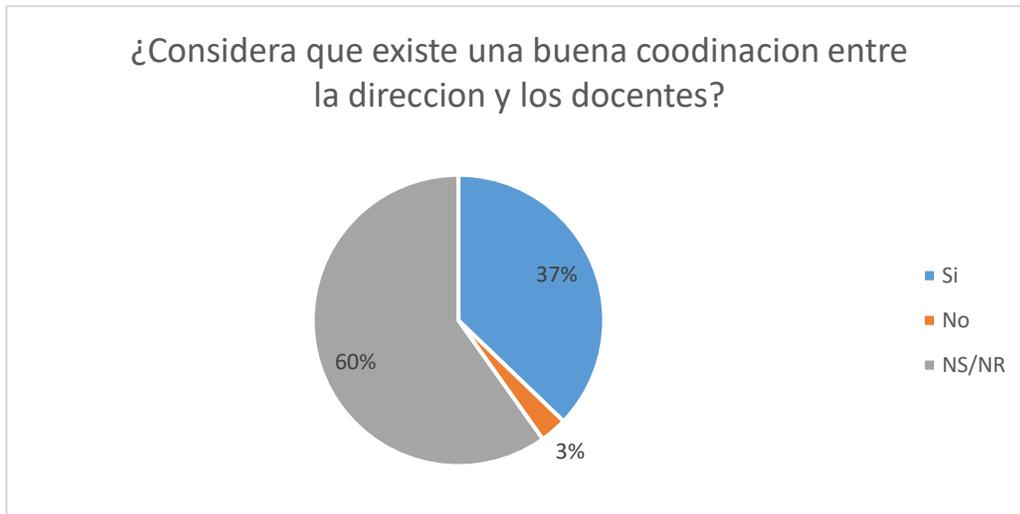


Fuente: Elaboración propia

El 12% de los estudiantes afirman que el modo de uso para informar las diferentes actividades del centro es por medio de murales informativos, el 14% de ellos son informados por medio de las orientaciones que se dan a través de las reuniones con los padres. El 5% son avisados por medio del presidente de sección, el 27 % afirman que se informan por medio del maestro guía que al iniciar las clases se le comunican las actividades a realizar, el 4% se enteran por medio de las redes del centro educativo, 35% de los estudiantes aseguran que se utilizan cada uno de los medios de comunicación ya mencionados y el 3% ya sea por desinformados no sabían o no responden a esta pregunta, tal y como define Andrade (2017) que las actividades efectuadas por la institución en la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, se deben a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantengan informados, integrados y motivados.

Grafica N° 5

Área administrativa

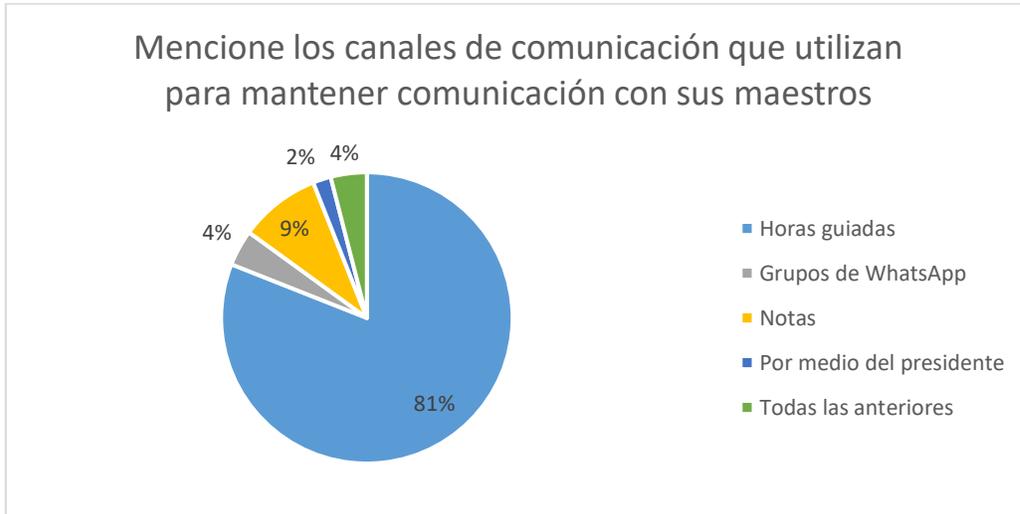


Fuente: Elaboración propia

Según Ongallo (2007) afirma que esta comunicación interna debe ser la respuesta a las necesidades internas para así motivar al equipo y obtener a los mejores, en un ambiente con más rapidez y es por ello que, el 60% de los estudiantes encuestados no saben si existe una buena coordinación entre la dirección y docentes. El 37% de ellos consideran que si existe una buena coordinación entre sí. Estos datos los confirmo el director del Instituto Nacional San Juan Bautista en la información obtenida, en la que el planteaba que entre ellos existen códigos de comunicación y que cada uno de ellos implementa de manera adecuada. Mientras el 3% no sabe de tal comunicación.

Grafica N° 6

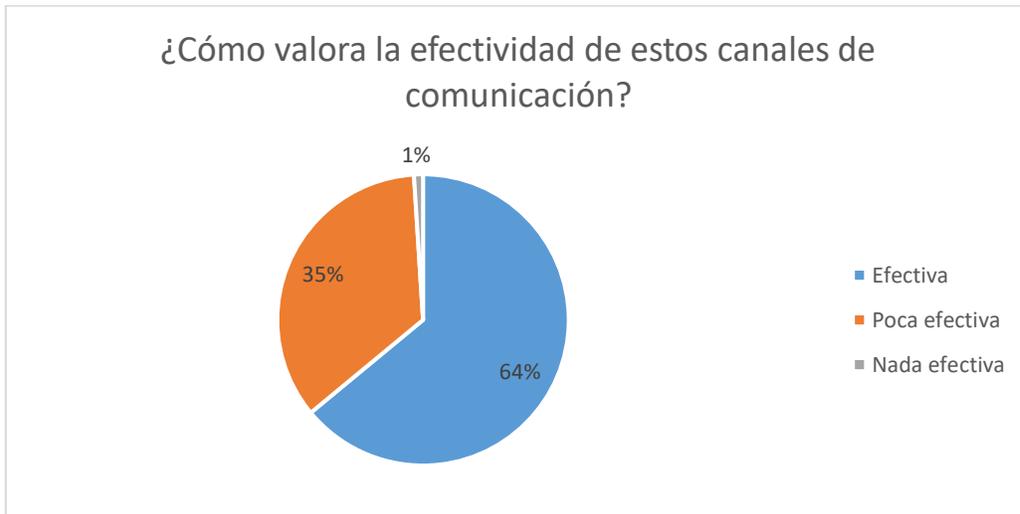
Canales Comunicativos Internos



Fuente: Elaboración propia

El 81% de los estudiantes del Instituto Nacional San Juan Bautista mencionan que el canal más utilizado para informarles acerca de las actividades a realizarse en el centro son por medio de las horas guiadas, el 4% de ellos son por medio de grupos de WhatsApp creado por los mismos estudiantes, el 9% asegura informarse a través de notas que les dejan los maestros, el 2% de los alumnos se informan por medio del presidente de sección el cual es informado por medio de la dirección y el 4% afirman que estos canales son los más utilizados y que son informados por todos ellos. La comunicación es variada y se encarga de transmitir la información de manera clara y concisa en la que una persona habla sobre un tema o información en específica, da un mensaje determinado y se produce a través de la relación personal e interpersonal lo cual, Barahona, Calero y Gago (2019) consolidan que es en donde entran en contacto el emisor y el receptor. También es denominada comunicación boca-oído.

Grafica N° 7
Canales Efectivos

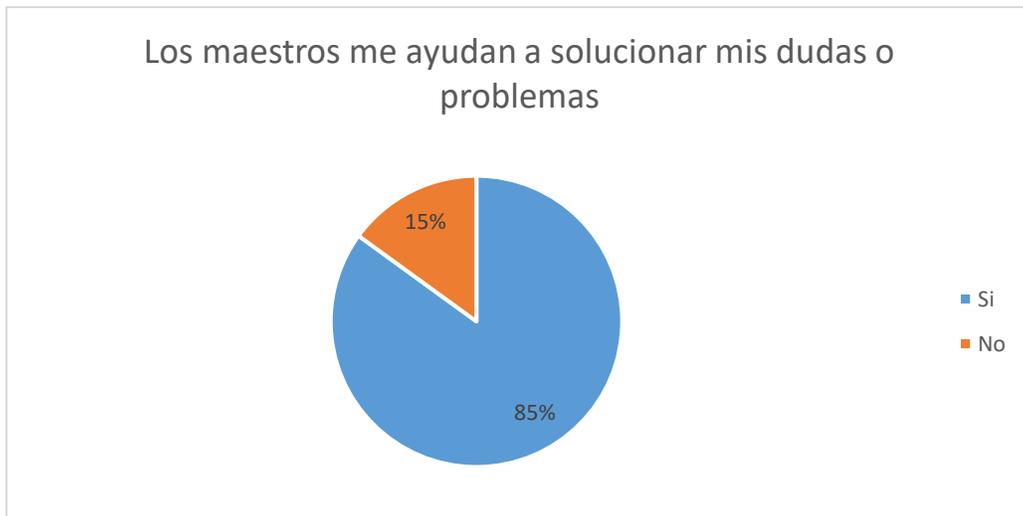


Fuente: Elaboración propia

El 64% de los estudiantes encuestados valoran que estos canales de comunicación que se implementan en el centro son efectivos para comunicarse, no obstante, el 35% de ellos manifiestan lo contrario. Y el 1% la valoran nada efectiva; estos datos son justificados en el análisis, pero en la entrevista con el director, indica que la manera en que ellos han venido implementando los canales de comunicación son buenos, si no, que también se buscan agregar nuevos medios de información. La buena comunicación es la base fundamental para el buen manejo y funcionamiento de la institución, por lo tanto, es mejor formar y mejorar la comunicación interna de una empresa propone Ampié, Estrada y Hernández, (2019).

Grafica N° 8

Soluciones de problemas

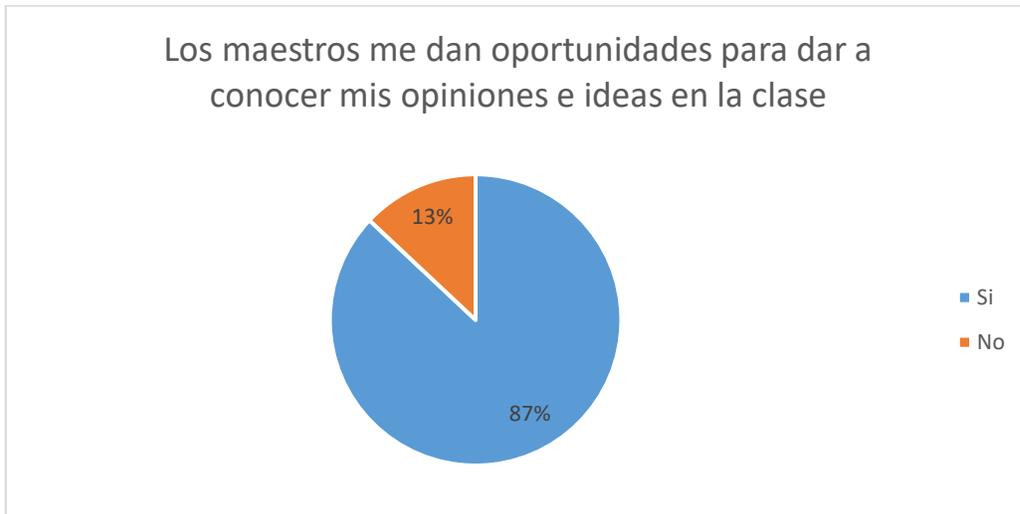


Fuente: Elaboración propia

Para mantener una comunicación formal a la solución Andrade (2017) afirma que la comunicación formal se establece entre los niveles de jerarquía de la institución estableciendo una comunicación con lo interno y externo, da la credibilidad e influye en el comportamiento de los demás y es por ello, que en el sondeo, el 85% de los estudiantes confirman que sus maestros los ayudan a resolver los problemas internos que llegan a tener, pero el 15% de ellos no se sienten a gustos con la forma de ayuda que le brindan los maestros. La relación y comunicación entre alumno – maestro es una ventaja, porque es importante que los estudiantes sepan que ante cualquier problema o necesidad hay una buena comunicación para pedir ayuda.

Grafica N° 9

Oportunidades de opinar

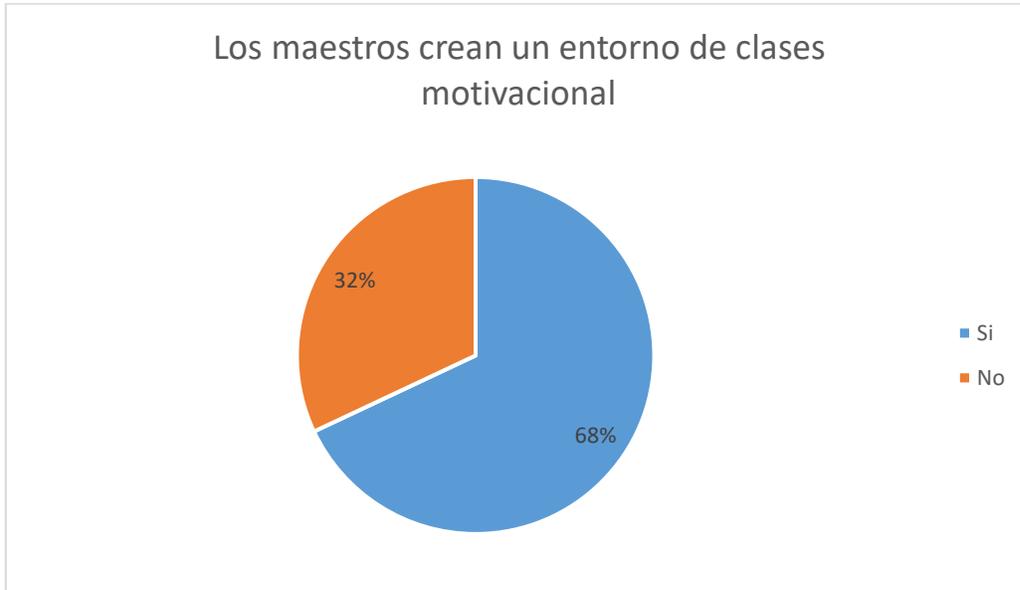


Fuente: Elaboración propia

El 87% de los estudiantes aseguran que los maestros le dan la oportunidad de dar a conocer sus ideas u opiniones, el 13% confirma que no se les brinda esta oportunidad para expresar o compartir sus conocimientos. La comunicación de maestros hacia un alumno debe ser estable para el manejo de cualquier conflicto y establecer vínculos de confianza y es así que para Barahona, Calero y Gago (2019), este es el principal medio para transmitir mensajes y sus ventajas de está son la velocidad y la retroalimentación inmediata.

Grafica N° 10

Entornos motivacionales

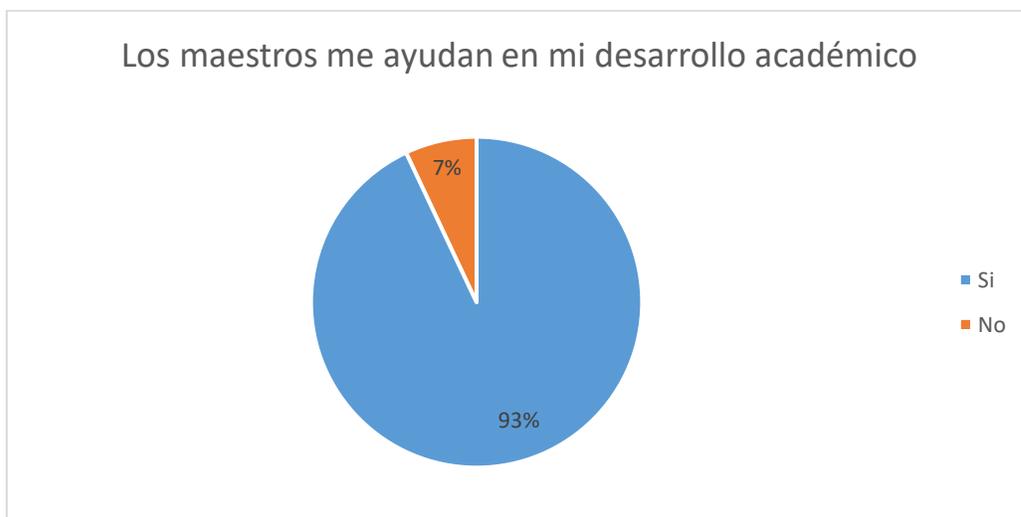


Fuente: Elaboración propia

El 32% de los estudiantes del Instituto Nacional San Juan Bautista consideran que no se les brinda un entorno motivacional, pero el 68% de ellos aseguran que los maestros dan el mejor esfuerzo y les ayudan a crear un ambiente comunicacional, motivación y de confianza, es por eso que França citado por Brönstrup, Godoi y Ribeiro (2007), aclara que la atención a la presencia de interlocutores o a la intervención de sujetos sociales que desempeñan papeles, implicados en procesos de producción e interpretación de sentidos, es más que simples emisores y receptores.

Grafica N° 11

Desarrollo académico

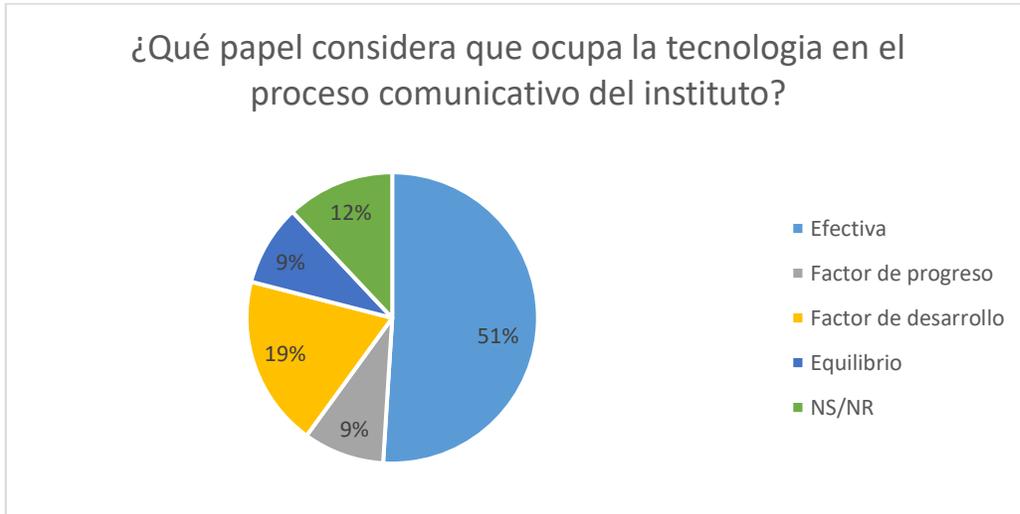


Fuente: Elaboración propia

França citado por Brönstrup, Godoi y Ribeiro (2007) proponen que la comunicación es un proceso de intercambio; acción compartida, práctica concreta, interacción, y no sólo un proceso de transmisión de mensajes, la cual es importancia la creación de vínculos dentro de una institución académica es poder tener una comunicación estable para poder crear y desarrollar un entorno académico excelente para los estudiantes del centro y el 93% de los estudiantes encuestados aseguran que se realizan espacios para el desarrollo académico de ellos y el 7% contemplan lo contrario.

Grafica N° 12

Tecnología en la comunicación



Fuente: Elaboración propia

El 51% de los estudiantes la tecnología es un factor efectivo para el desarrollo eficaz y rápido para la comunicación, el 9% asegura que es un factor de progreso de modo que es una herramienta que brinda un acceso fácil a la información, el 19% considera que es factor de progreso, ya que el instituto casi no la emplea para brindar información, el 9% cree es un factor de equilibrio que debe de desarrollarse con profundidad y el 12% no sabe. La tecnología es la base de comunicación, y es por ello, que el Instituto debe de implementar algo nuevo para así demostrar la importancia de las nuevas herramientas de comunicación, así que, las plataformas digitales se consideran como un medio formal de comunicación, debido que esa es su función, ser un medio de comunicación digital en el que las personas se puedan contactar sin importar el lugar en el que se encuentra según lo plantean Henríquez y Gutiérrez (2019)

Grafica N° 13

Medios adecuados para la comunicación

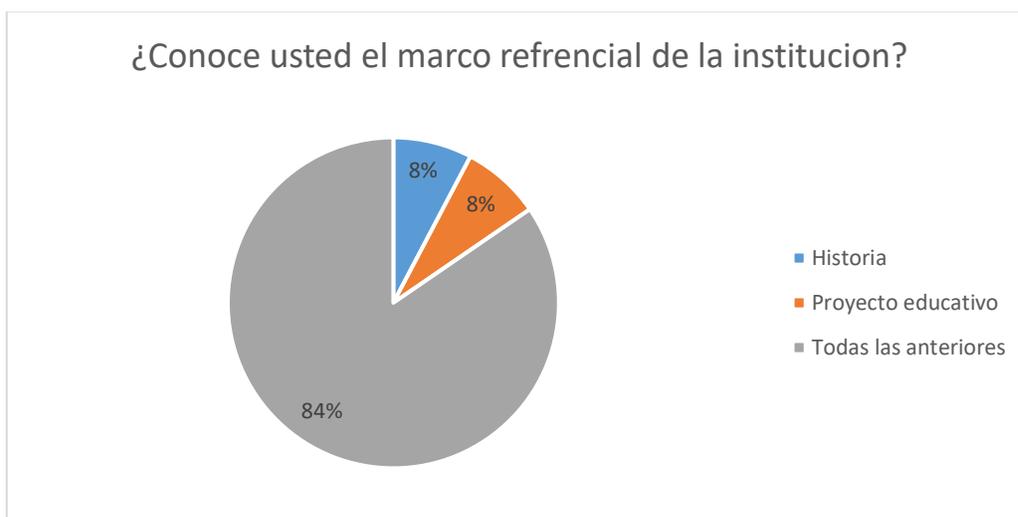


Fuente: Elaboración propia

Los medios actuales han venido a revolucionar la comunicación en todos los sentidos porque aparte de comunicar se puede utilizar como medio de divulgación, lo cual es algo que una institución podría preferir debido a todos los beneficios que vienen con estas proponen Henríquez y Gutiérrez, (2019) y con esto, el 86% de los estudiantes encuestados consideran que los medios de comunicación que se utilizan en el centro educativo son los adecuados para comunicarse con ellos, no obstante, hay un 14% que expone lo contrario. Estos datos son justificados en el análisis de las encuestas, pero en la entrevista con el director manifiesta que los medios utilizados son buenos, pero la innovación de mejorar e implementar otras opciones de comunicación persisten.

Grafica N° 14

Marco referencial de la institución

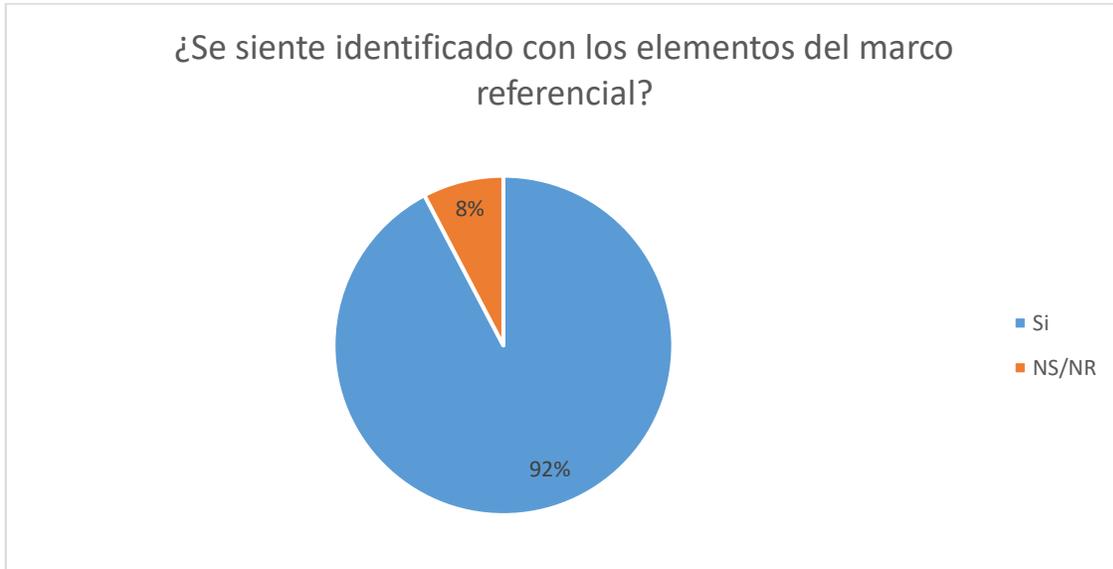


Fuente: Elaboración propia

El 84% de los docentes del centro de estudios aseguran conocer el marco referencial de la institución, sin embargo, el 8% afirman conocer solo la historia del centro educativo, mientras tanto el 8% restante tienen conocimiento sobre los proyectos educativos. De esta manera la mayoría de los docentes del Instituto Nacional San Juan Bautista conocen claramente cada uno de los reglamentos establecidos para su mejor funcionamiento y estándar disciplinario con base a esto la función de comunicación conjetura una concreción de los flujos comunicativos que se dan en el seno de una organización, así lo define Ongallo, (2007).

Grafica N° 15

Elementos del marco referencial



Fuente: Elaboración propia

Además de catalogar la comunicación indirecta como el principal desarrollo para una comunicación más fluida e instantánea para intercambiar mensajes y sentimientos de una forma eficaz y concreta. Es en donde entran en contacto el emisor y el receptor exponen Barahona, Calero y Gago (2019) y como docentes del centro educativo el 92% afirma que se sienten identificados con cada una de las teorías expuestas en el marco referencial de la institución. Siendo de gran importancia conocer cada una de las teorías que sustenta la historia y mantenimiento dentro del centro escolar. Sin embargo, el 8% de docentes prefieren no responder.

Grafica N° 16

Solución de conflictos al interno

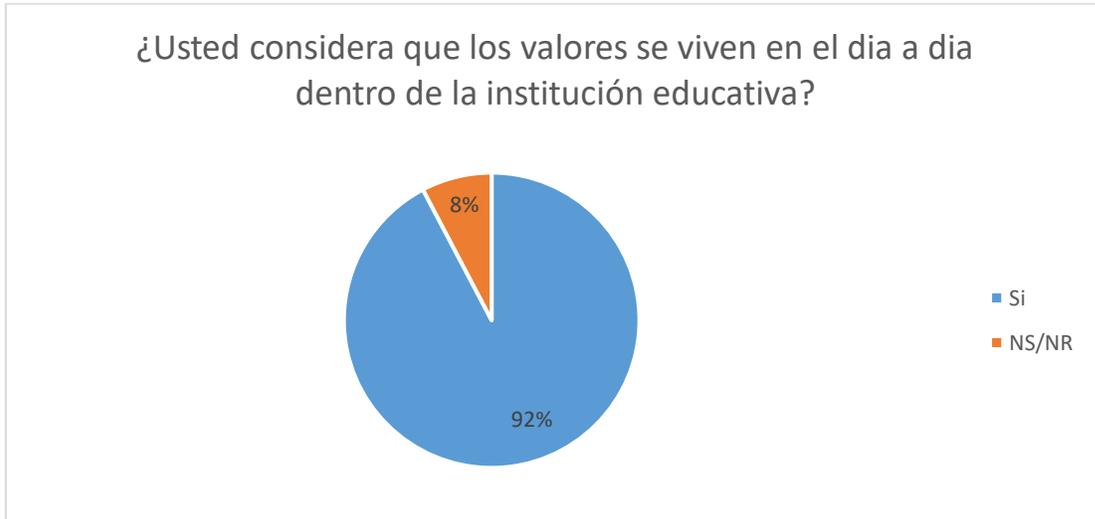


Fuente: Elaboración propia

El Instituto Nacional San Juan Bautista mantiene un importante rol dentro de la sociedad destacándose por su rapidez para resolver cualquier tipo de conflicto, discusiones y mala comunicación involucrando principalmente a todos los afectados resolviendo sus problemas de manera interna por lo que el 69% de los docentes aseguran que resuelven cualquier problema conversando con los afectados, sin embargo el 23% afirman que los conflictos se resuelven con el Director del centro, mientras tanto el 8% prefiere no responder; para relacionar Cobiellas, Becerra, Morales y Mariño (2011) puntualizan que la comunicación organizacional tiene un papel relevante en la participación de los trabajadores y con ello el enriquecimiento del proceso de toma de decisiones, en el cual la integración sistémica de la empresa, el fortalecimiento del sentido de pertenencia y en el desarrollo de sentimientos de identidad del público interno.

Grafica N° 17

Valores institucionales



Fuente: Elaboración propia

La comunicación formal se utiliza para la comunicación a nivel personal, se basa en las relaciones personales, esta se vincula con la formalidad organizativa y las reglas corporativas a través de las fuentes y/o los canales oficiales de la organización así lo expone Andrade (2017) y el centro de estudio se caracteriza por mantener vivos los valores dentro y fuera del centro escolar, por lo tanto el 92% de los docentes aseguran que dentro del instituto se practican cara uno de los valores fundamentales para el ser humano, sin embargo el 8% prefirieron no responder.

Grafica N° 18

Valores practicados

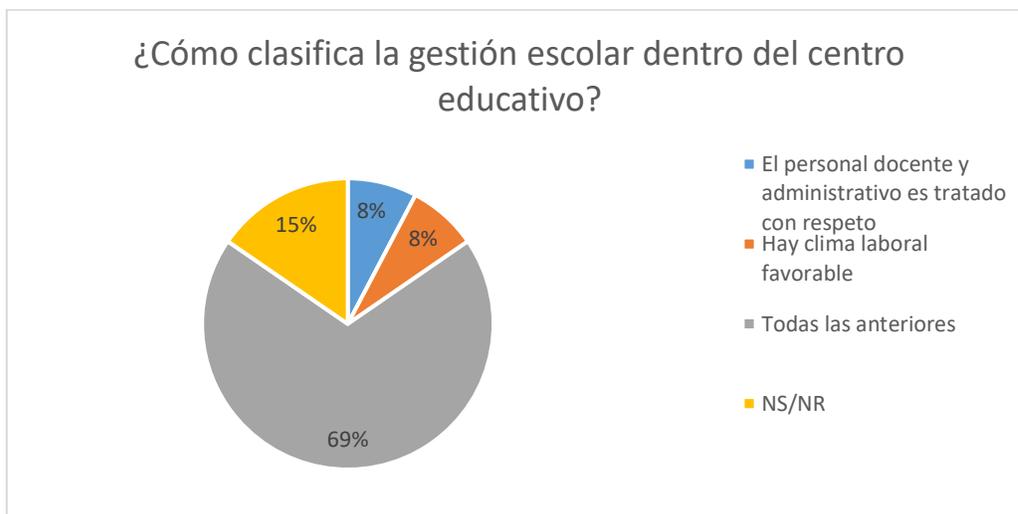


Fuente: Elaboración propia

Hoy en día los valores son fundamentales para el desarrollo y el cambio dentro de una institución. El 69% de los maestros del instituto piensan que la solidaridad, el respeto, el compañerismo y la responsabilidad son de vital importancia para el buen desarrollo y comunicación de manera interna. Mientras que el 15% de los docentes aseguran que el respeto es uno de los valores que se practican en el día a día, sin embargo, el 8% afirman que la solidaridad se practica todos los días. También el 8% prefieren no responder, Urbina (2007) presenta la Comunicación Institucional como base que se construye desde el interior de la entidad hacia fuera, lo cual hace imprescindible definir una identidad de la organización, con objetivos y metas claras, y generar una comunicación integral, estratégica y eficaz entre los diversos mensajes de la entidad.

Grafica N° 19

Gestiones escolares

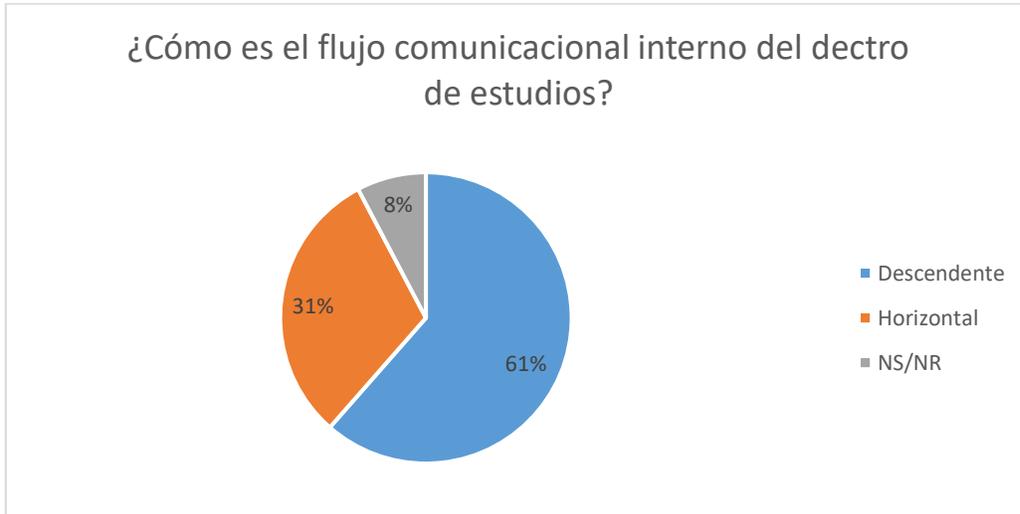


Fuente: Elaboración propia

Ongallo (2007) explica que la comunicación ascendente supone establecer cierto clima de confianza que garantice su sinceridad. Como se considera menos necesaria, es preciso salir en su busca y exigirla en todo momento, para que también sea permanente y continua, al igual que la comunicación descendente y es por eso que todos los centros educativos son regidos por diversas formas de gestión escolar, por lo tanto el 69% de los docentes clasifica que la gestión escolar dentro del centro educativo es muy eficiente en cuanto a trámites administrativos y respuestas a inquietudes en tiempo y forma, por lo tanto el 15% prefirieron no responder. Sin embargo, el 8% afirman que las autoridades máximas consideran que el clima laboral es favorable y factible para cada uno de los docentes, además el 8% restante aseguran que docentes y personal administrativo son tratados de igual manera con respeto.

Grafica N° 20

Flujo Comunicacional

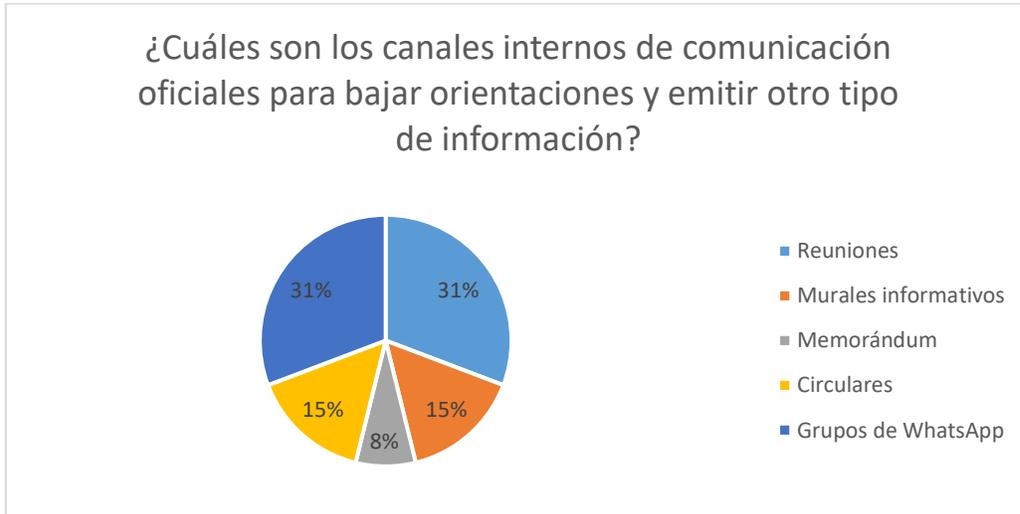


Fuente: Elaboración propia

El flujo comunicacional es vital para establecer tácticas que respondan al buen funcionamiento. Por lo tanto, los maestros del Instituto Nacional San Juan Bautista, conocen como es el flujo comunicacional interno del centro de estudios, el 61% de ellos piensan que la comunicación interna se desarrolla de manera Descendente: del director hacia todo el personal que labora dentro de centro escolar. No obstante, el 31% del personal docente afirman que la comunicación se implementa de manera horizontal: participación general en la toma de decisiones, en cambio el 8% prefirió no responder; es así que la comunicación descendente por parte de Ongallo (2007) es la que influye de altos cargos en un sitio laboral su propósito consiste en difundir los mensajes de arriba abajo, según el nivel jerárquico, es la que se produce por medio de mandos superiores.

Grafica N° 21

Canales internos comunicativos



Fuente: Elaboración propia

Según exponen Ampié, Estrada y Hernández (2019) los empleados de menos rango suelen ser los que mejor conocen el funcionamiento interno de la empresa por lo que escucharlos debe ser una prioridad para cualquier directivo, lo cual, los canales internos de comunicación son importantes para cualquier institución son significativos, ya que mediante ellos se difunde cualquier información hacia todo el plantel de docentes. Según las encuestas realizadas con un empate el 31% de docentes aseguran que las reuniones son el pilar fundamental para difundir la información establecida por la máxima autoridad. Mientras tanto el otro 31% afirman que su principal fuerte para transmitirse o difundir la información es a través de grupos de WhatsApp, no obstante, el 15% clasifican los murales informativos como uno de los canales de comunicación esenciales para emitir información, en cambio el para el 15% los circulares son el principal medio de comunicación, sin embargo, el 8% afirma que los memorándums son un medio importante para transmitir información clara y precisa.

Grafica N° 22

La efectividad comunicacional

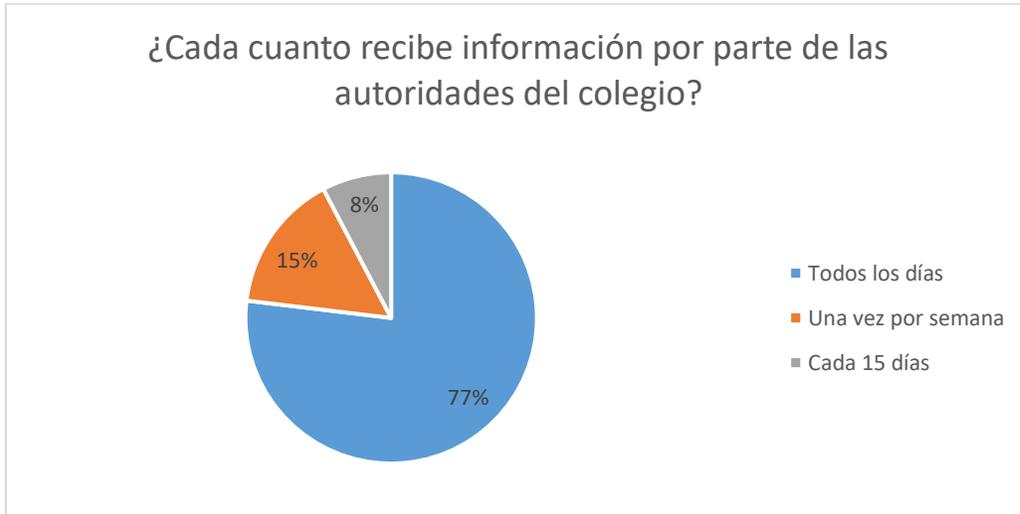


Fuente: Elaboración propia

Los canales de comunicación son el pilar fundamental para transmitir cada una de las diversas actividades entre los maestros y la dirección del colegio, manteniendo una buena comunicación de manera rápida y eficaz para todo el personal. Según las encuestas realizadas el 83% de la mayoría de los docentes aseguran que la efectividad de los canales de comunicación es de vital importancia dentro del instituto, mientras que el 17% afirman que la efectividad de los canales de comunicación es poco efectiva, Ongallo (2007) indica que la comunicación ascendente permite a los responsables de los distintos niveles tener un contacto estrecho con los niveles inferiores. De este modo se asegura el conocimiento de las actividades y los resultados de los colaboradores.

Grafica N° 23

Información recibida

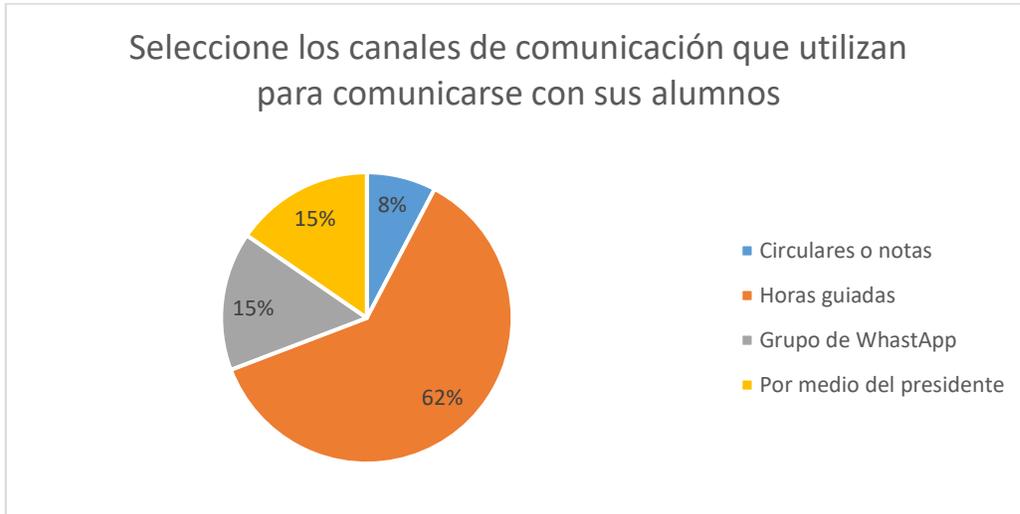


Fuente: Elaboración propia

Por su parte Quíjia (2020) cita a Fernández, que la comunicación organizacional es como un flujo de mensajes que se mueve en una red de relaciones interdependientes, es decir se da en un sistema complejo y abierto; y es por ello, que lo interno dentro del instituto es importante, ya que, por medio de ella se emite y difunde toda la información necesaria para todo el personal docente, es por eso que el 77% afirman que todos los días reciben información por parte de las máximas autoridades del centro escolar, no obstante el 15% aseguran que reciben información de las autoridades una vez por semana, sin embargo el 8% afirman que reciben información cada 15 días.

Grafica N° 24

Canales de comunicación utilizados

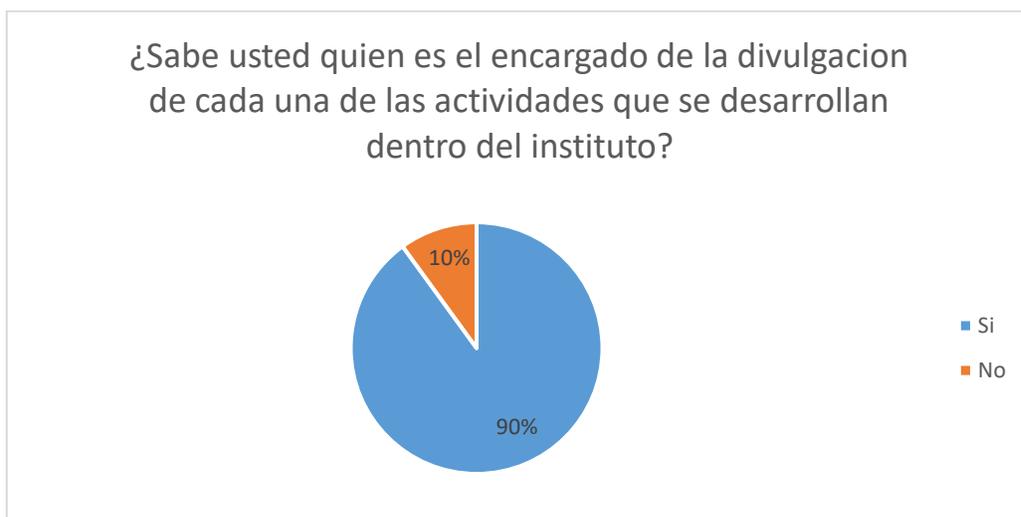


Fuente: Elaboración propia

La comunicación dentro de un centro escolar, es de vital importancia para transmitir información hacia los alumnos. Por lo tanto, el 62% del personal docente afirmaron que las horas guías es el método principal para comunicarse con cada uno de sus alumnos, brindando una mejor comunicación eficaz y de calidad. Sin embargo, el 15% clasifican los grupos de WhatsApp como uno de los canales de comunicación más factibles, no obstante también el 15% aseguran que es más viable transmitir la información a través del presidente de sección, en cambio el 8% afirman que las notas o curriculares son el mejor medio de comunicación.

Grafica N° 25

Encargado de la divulgación

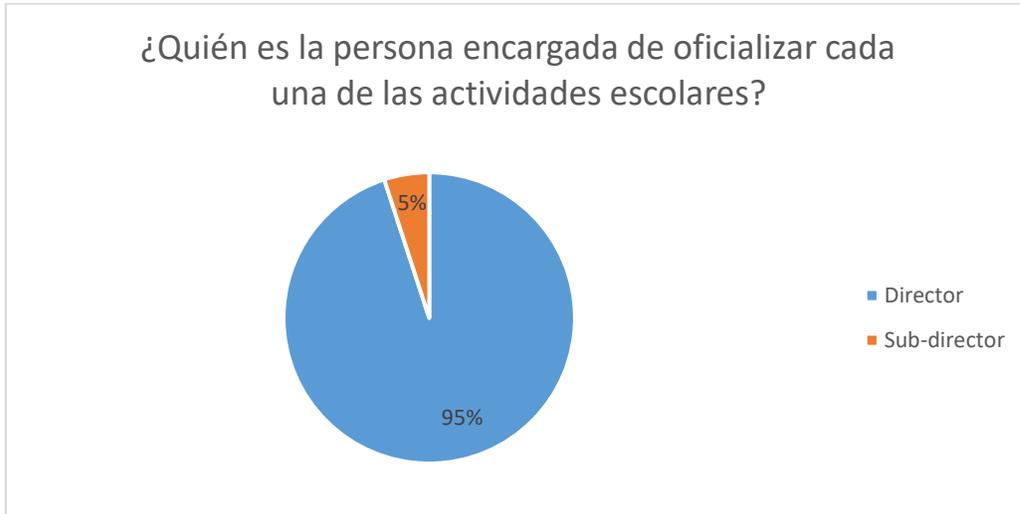


Fuente: Elaboración propia

El 90% de los padres de familia afirman que si conocen al encargado de que se divulgue la información y el 10% de ellos afirma no conocen quien se encarga de brindar la información. Estos son datos son admitidos en el análisis de la encuesta que se realizó en los estudiantes y también en la entrevista con el director del instituto, los mensajes emitidos por la estructura hacia sus diferentes públicos externos, encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos, a proyectar una imagen favorable lo explica Andrade (2017).

Grafica N° 26

Oficialización de las actividades

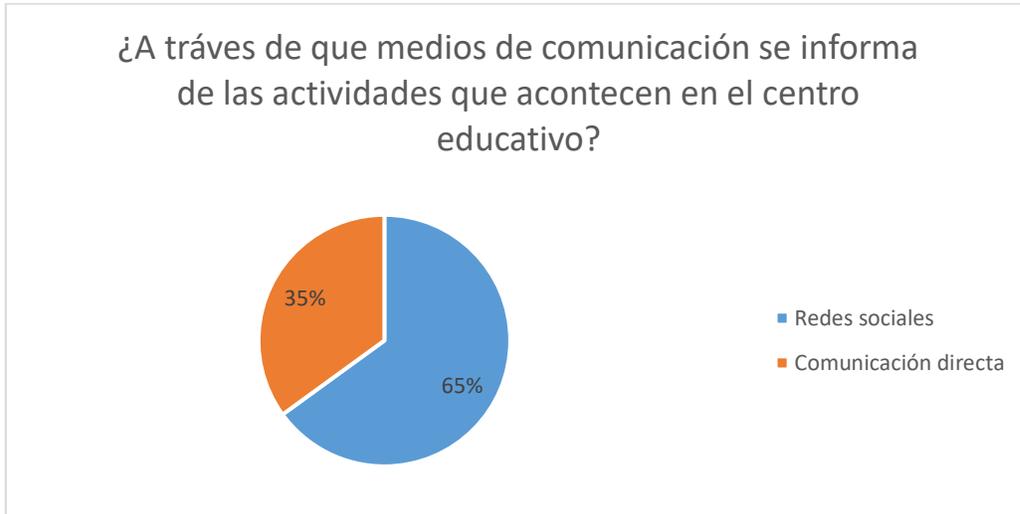


Fuente: Elaboración propia

El 95% de los padres de familia reconocen que la persona encargada de oficializar cada una de las actividades en el centro educativo es el director, mientras un 5% expresa que es el subdirector, el cual no es incorrecto ya que, es la segunda persona a cargo de dirigir y decidir acerca de las actividades del centro. La buena comunicación de manera interna y externa, ayuda que la institución sea más organizada y de suma importancia para la seguridad de ellas.

Grafica N° 27

Medios de información externos

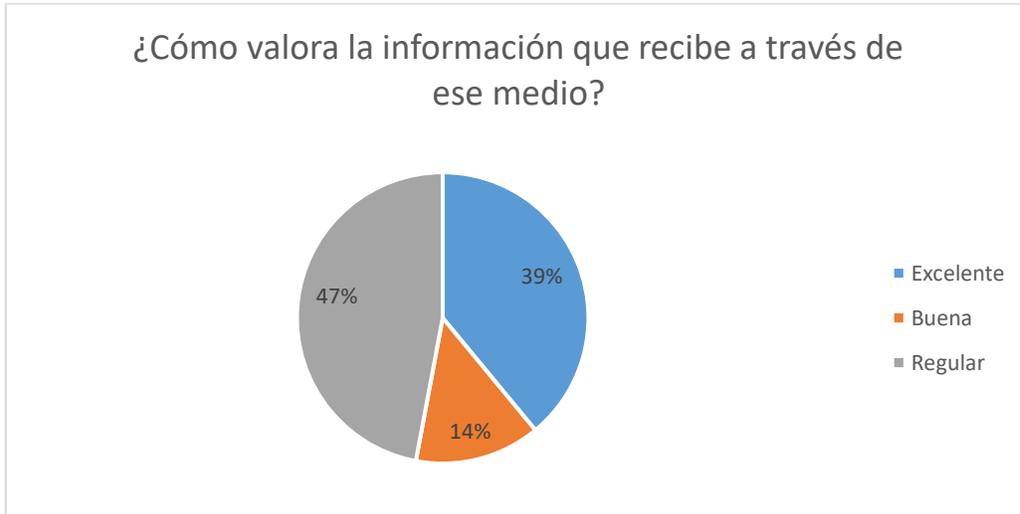


Fuente: Elaboración propia

La comunicación externa va dirigida al público en general de tal manera que su objetivo es de mantener y mejorar las relaciones con dichos públicos y, por lo tanto, potenciar una imagen favorable de la institución, es a lo que se le denomina Comunicación Externa según Loor (2016), el 90% de los padres de familia señalan que se informan por medio de redes sociales del centro el cual, estas publicaciones son manejadas después de que son realizadas, y el 35% afirman que se enteran de manera directa, ya sea, por sus hijos, maestros o por la dirección. Es oportuno crear vínculos eficaces para brindar y recibir información en redes para padres que asisten pocas veces al centro educativo.

Grafica N° 28

Valoración de la información



Fuente: Elaboración propia

El 39% de los padres de familia valoran que la forma de recibir la información es excelente, el 14% que es buena y que el 47% es regular. Pero es muy importante clasificar la información que se brinda, debido a que esta información determina el tipo de comunicación y relación que existe entre institución y padres.

Grafica N° 29

Frecuencia de información

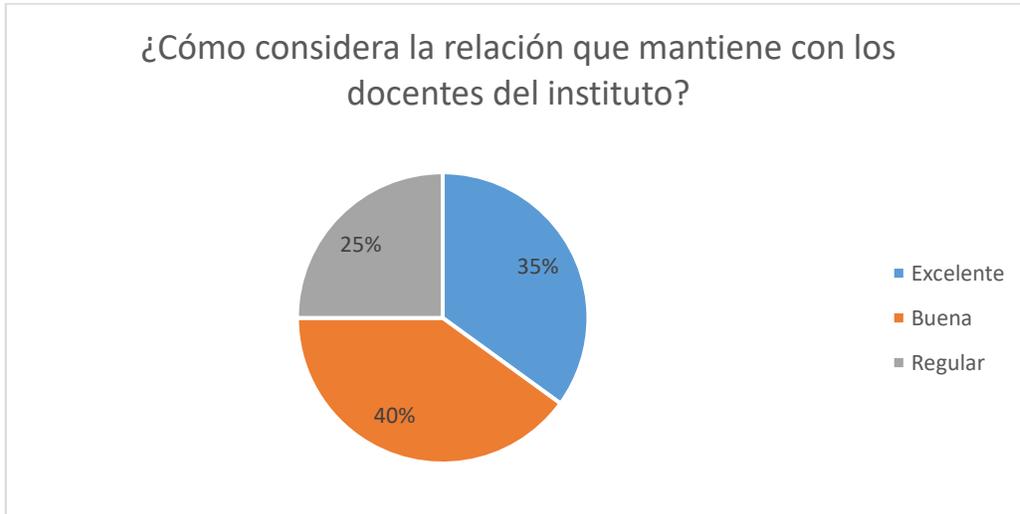


Fuente: Elaboración propia

La función principal de la comunicación es dar a conocer algo que puede ser una idea, un pensamiento, cualquier cosa que permita a una persona relacionarse, Además, es manejada para brindar noción de que mejore a personas que no tienen conocimiento sobre un tema determinado según lo presentan Henrríquez y Gutiérrez, (2019), el 40% de los padres de familia encuestados aseguran que siempre le informan de las actividades que realizan en el instituto, el 25% casi siempre, el 25% a veces y el 10% ocasionalmente. Es importante que la organización del centro entorno a lo comunicacional, debe ser eficaz y sobre todo la manera en la que los padres puedan saber de cada actividad relevante.

Grafica N° 30

Relación con los docentes

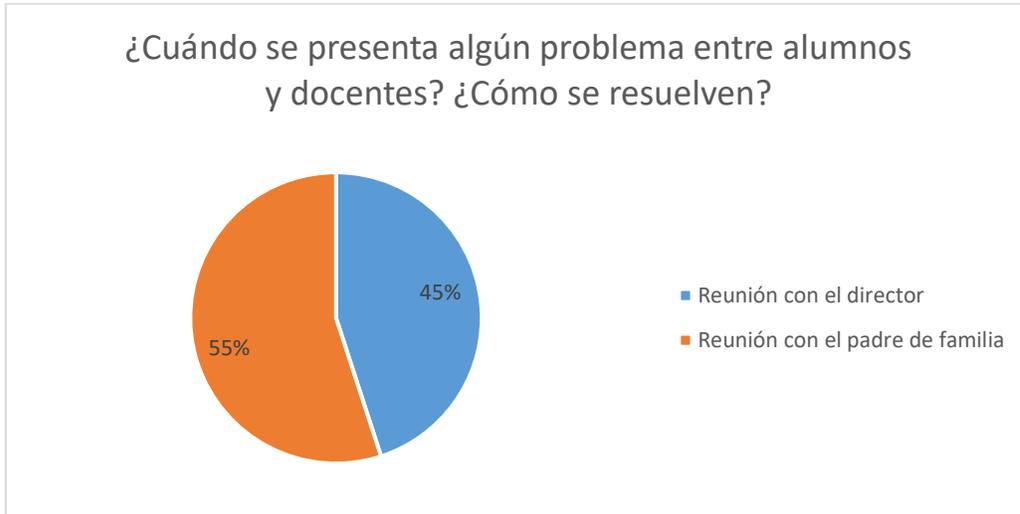


Fuente: Elaboración propia

El 35% de los padres de familia consideran que la relación que mantienen con los docentes del instituto es excelente, mientras un 40% expone que es buena y un 25% regular. La relación que se tiene con los padres y centro educativo es una fortaleza ya que se encuentra satisfechos con el trato y la comunicación que les dan las autoridades del centro.

Grafica N° 31

Solución de problemas internos



Fuente: Elaboración propia

El 55% de los padres de familia afirma que los problemas a nivel interno se solucionan por medio de reuniones y el 45% con el director. Esta forma de comunicación es de manera general para poder apoyar y dar solución a las dudas quejas o sugerencias que se pueden compartir mediante la comunicación de personas internas y externas, por parte de Pouplana (2020), para que una estrategia de comunicación sea efectiva, debemos ser conscientes de que la comunicación, tanto interna como externa, es algo prioritario para la organización.

Análisis de entrevista al Director del Instituto Nacional San Juan Bautista

Todo centro educativo su función es el crecimiento y desarrollo de cada uno de sus estudiantes, así en el transcurso de su educación ellos adquieren conocimientos ya sean científicos o técnicos, por medio de docentes capacitados y parte del personal administrativo se ven esos resultados.

La misión del Instituto Nacional San Juan Bautista y como de todo Instituto es atender a la comunidad educativa y tratar de dar respuestas; con compromiso e integridad se proporcionará una oportunidad de desarrollarlos de manera adecuada para un entorno social y laboral. De igual manera, la visión es establecer una educación de calidad y gratuita, que represente construcción de los principios morales, cívicos, éticos, profesionales para la formación académica y así que les ayude a desarrollar fortalezas para sus comportamientos acorde a su vida pública y el campo laboral. El conocimiento de la misión y visión del Instituto es importante, ya que permite que los docentes puedan crear estrategias para lograr sus metas.

Los maestros ayudan a garantizar la calidad educativa, por medio de su trabajo individual y colectivo, así mismo, las formas y metodologías que utilizan para su enseñanza, el carácter humanista y la forma de valorar e integrar la solidaridad, igualdad. Todos los docentes son excelentes con forme a la realización de su trabajo, cumplen con sus responsabilidades es por ello que el centro educativo es reconocido por su compromiso.

Así mismo, los maestros son catalogados con profesionalismo y las relaciones con todo el personal es de respeto y de buenas relaciones, inculcando valores, compañerismo entre ellos. Compartiendo un espacio con buen ambiente donde los trabajadores pueden pasar momentos de gratitud en la institución que laboran.

La comunicación dentro de una institución es fundamental y es por ello que la interacción entre ellos es muy efectiva, es importante que la comunicación, sea interna o externa se dé a conocer; la sub-directora, el guarda de seguridad y la secretaria son los medios de comunicación claves para lograr el objetivo orientado, todo miembro del centro de educación es tomado en cuenta y que sea parte de este centro para poder tener una buena comunicación.

El Ministerio de Educación (MINED) es la institución cabecera que preside al Instituto, el cual coordina a los centros educativos del poder ciudadano del país, el director es llamado a diferentes reuniones, la cual se llegan a tomar las decisiones y después son orientadas. La sub-directora del Instituto Nacional San Juan Bautista, es quien queda al mando y toma las decisiones en la ausencia del director.

A los docentes, padres de familia y a estudiantes se les convoca a reuniones para comunicarles de las diferentes actividades que se vayan a realizar, los llamados varían según las reuniones, a los maestros se le llama semanalmente para dirigirles las orientaciones que se les brinda desde el Ministerio de Educación. De igual manera, en los actos que realizan se informan las actividades para los estudiantes y padres de familia estén informados e implementan la divulgación a través del boca a boca para difundir la información.

Por lo conveniente, la comunicación interna del instituto es buena, por tal razón el clima laboral del Instituto Nacional San Juan Bautista es agradable, los maestros socializan y son amigables con personal interno o ajeno de este, pero la comunicación externa tiene un desbalance, por la falta de canales de comunicación que tiene el centro convirtiéndose en una debilidad. Por otro lado, los distintos murales interactivos o informativos que son creados por maestros y alumnos del centro son fundamentales para la institución, el cual son funcionales para la enseñanza de las efemérides, temas de interés y relevantes.

El instituto cuenta con una banda rítmica reconocida en la zona, una de las bandas más organizadas, con excelente orden y disciplina integrada por los mismos estudiantes del centro. Con este medio se ha logrado el interés de más estudiantes aspirantes a la educación secundaria se integren al centro y poder ser miembros de la banda.

El flujo de comunicación que hay en el centro depende de un orden, el Ministerio de Educación al director y del director a maestros es descendente, entre maestros es horizontal, ya que están en el mismo rango.

Los padres de familia son un medio fundamental en el desarrollo y funcionamiento del colegio, es por ello, que la información que se les debe de dar tiene que ser clara y precisa. Si llegan a existir problemas entre padres, maestros y alumnos se deben de implementar métodos de ayuda para resolver esos conflictos.

Resultados del análisis (F O D A) del Instituto Nacional San Juan Bautista

ANALISIS FODA DEL INSTITUTO NACIONAL SAN JUAN BAUTISTA			
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
COLEGIO			
El instituto tiene docentes que cumplen diariamente a impartir sus clases de la manera más profesional.	El Ministerio de Educación (MINED) realiza talleres y teces que ayudan a los docentes, para brindar una educación de calidad y poder ayudar a los estudiantes a prepararse para la educación superior.	El instituto no implementa de manera concreta las redes sociales para informar de modo eficaz y general a su público.	Conflictos que atenten contra la estabilidad del centro educativo
El Instituto cuenta con docencia de calidad y calificada para impartir su profesión y sacar a los estudiantes adelante.	Siendo un centro educativo público, tiene la oportunidad de brindar educación de calidad y gratuita.	El Instituto Nacional San Juan Bautista no cuenta con estrategias directas de comunicación interna y externa que ayude al centro a afrontar cualquier crisis comunicacional.	Es valioso considerar que al no tener este tipo de estrategias, las personas no desearan inscribir a sus hijos en el instituto.

<p>El instituto posee una banda rítmica que hace que los estudiantes se integren y estimulen sus talentos, además de reconocer a la institución.</p>	<p>Su ubicación es accesible para las comarcas, provincias y comunidades cercanas al centro.</p>	<p>Cuando el director no se encuentra en el centro educativo, el subdirector es el encargado de cubrir las responsabilidades o la secretaria.</p>	<p>Entorno desagradable en cuanto a organización y atención a los padres de familia puede provocar una desestabilidad organizativa.</p>
<p>Instalaciones o aulas tics para el implemento de las nuevas tecnologías.</p>	<p>El Ministerio de Educación (MINED) ha implementado y desarrollado nuevos planes y estrategias para mantener un buen nivel estudiantil dentro del centro educativo.</p>	<p>La falta de interés brindada por algunos maestros puede ocasionar un bajo rendimiento en el nivel académico.</p>	<p>El instituto tiene como amenaza la falta de uso de las nuevas tecnologías y puede sufrir una falta de comunicación.</p>
<p>El marco referencial del instituto si es conocido por los docentes.</p>	<p>Las estrategias que implementa el instituto son primordiales para mantener un buen nivel académico ante otros colegios.</p>	<p>No existe un buzón de quejas y sugerencias</p>	<p>La indisciplina de estudiantes problemáticos pone en peligro la estabilidad e imagen del cetro escolar.</p>

<p>El instituto posee un perfil en Facebook.</p>	<p>La disposición de las autoridades es fundamental para resolver los problemas que surgen a lo interno.</p>	<p>La falta de comunicación de información primordial los padres de familia no asisten a las reuniones.</p>	<p>La desinformación de algunas tareas o eventos a nivel de centro educativo.</p>
<p>El instituto realiza reuniones con el personal para comunicar las actividades a realizarse en el centro.</p>	<p>El centro de estudios posee una infraestructura estable la cual sus alumnos gozan y cuidan.</p>	<p>Los docentes y personal administrativo carecen de habilidades y creatividad para la realización de las actividades recreativas.</p>	<p>El Ministerio de Educación (MINED) ha restringido actividades de gran magnitud o aglomeraciones masivas que ponga en riesgo el bienestar de todo el personal.</p>
<p>Realizan actos y días recreativos para comunicar e informar de fechas o acontecimientos importantes.</p>	<p>Al brindar la oportunidad de realizar estos actos y días, es fundamental fomentar la buena acción del instituto.</p>	<p>Los actos carecen de dinamismo.</p>	<p>Por consecuencia y falta de criterios no se realizan actividades concurridas.</p>
<p>Los problemas internos con estudiantes del centro son solucionados inmediatamente.</p>	<p>La comunicación es factible dentro del centro para resolver problemas.</p>	<p>Las actividades internas son la principal causa de problemas a nivel interno.</p>	<p>La concurrencia de problemas a nivel interno amenaza la estabilidad tanto del centro como de los docentes.</p>

ESTUDIANTES

<p>Los estudiantes utilizan medios de comunicación para informarse sobre las actividades que hay en el centro educativo.</p>	<p>El centro realiza actividades de recreación física y educativa para aumentar el nivel intelectual de los alumnos.</p>	<p>Hay estudiantes que no saben de estos medios de comunicación y no se informan de la manera adecuada sobre las diferentes actividades.</p>	<p>La falta de comunicación es una amenaza para ellos, ya que, quedan aislados y se pueden sentir que no son tomados en cuenta a la hora de toma de decisiones.</p>
<p>Los estudiantes si conocen la unidad de comunicación que realiza la divulgación o información adicional cerca de las actividades.</p>	<p>La página de Facebook es una herramienta fundamental para poder realizar la cobertura de estas actividades.</p>	<p>Falta de interacción y reacciones en la página oficial del instituto por parte del alumnado.</p>	<p>El uso de las nuevas tecnologías es una técnica fundamental para el crecimiento público del centro educativo.</p>
<p>Los estudiantes están conformes con los distintos medios de comunicación que utiliza el centro de estudio.</p>	<p>La comunicación es el pilar fundamental para transmitir todos los logros obtenidos a nivel municipal.</p>	<p>Existe desacuerdo en la manera de comunicar y las formas de informar.</p>	<p>La falta de comunicación existe dentro y fuera del centro escolar.</p>

<p>Los medios de comunicación que se utilizan para la información que se necesita saber para los estudiantes son adecuados según los resultados.</p>	<p>Tiene diferentes formas de informar.</p>	<p>En diversas ocasiones la comunicación no es emitida en todos los estudiantes.</p>	<p>La falta de comunicación y confianza es evidente en casos como el anuncio de eventos o reuniones.</p>
<p>Los estudiantes manifiestan la buena organización y comunicación interna del centro.</p>	<p>La confianza y comunicación que brinda el personal docente y administrativo es esencial para su desarrollo.</p>	<p>La imagen del centro educativo se ve afectada a causa de manifestaciones y mal entendidos en la organización interna.</p>	<p>Algunos de ellos creen que no existe una buena comunicación dentro del centro y eso pone en duda su imagen.</p>
<p>A los estuantes les interesa estar informados de cualquier orientación.</p>	<p>Los estudiantes tienen diferentes canales de comunicación que pueden implementar para la información con sus maestros.</p>	<p>Que a los estudiantes solo se les comunique mayormente a través de sus maestros.</p>	<p>La falta de comunicación por parte de las autoridades máximas del centro escolar es evidente ya que no transmiten la información personalmente.</p>

<p>Los alumnos están conforme con la rapidez que solucionan los problemas internos.</p>	<p>Los alumnos reconocen la efectividad con la que se resuelven los problemas.</p>	<p>Demanda de rapidez para resolver los problemas internos y externos que vinculan al centro de estudios.</p>	<p>La conflictividad y la falta de disposición de algunos padres de familia impiden la resolución de conflictos.</p>
<p>Los alumnos tienen la ventaja de tener un entorno de clases motivacional, que los ayude a mejorar su rendimiento académico.</p>	<p>Son escuchados para generar más confianza con ellos.</p>	<p>No tienen la oportunidad de proponer sus ideas y opiniones y así poder tener una comunicación mejor.</p>	<p>La falta de confianza es un factor primordial para generar el incremento de desconfianza entre alumnos y docentes.</p>
<p>Se desarrollan de manera eficaz y con la ayuda de sus maestros.</p>	<p>Existe apoyo por parte de algunos docentes hacia los alumnos.</p>	<p>El centro educativo cuenta con algunos maestros que carecen de conocimiento</p>	<p>Si no se crean estos lazos de comunicación y confianza los alumnos se desmotivan.</p>
<p>Los estudiantes creen que la tecnología es un grado de eficacia para la comunicación.</p>	<p>Demográficamente el centro de estudio se encuentra bien ubicado en el centro del municipio lo que le permite tener un buen ambiente para trasladarse.</p>	<p>Existe poca implementación de las tecnologías.</p>	<p>El poco uso de las tics implementa un bajo déficit de conocimientos en cuanto a las nuevas tecnologías.</p>

DOCENTES

<p>Hay una buena relación entre los estudiantes y docentes del instituto.</p>	<p>El personal docente mantiene buenas relaciones interpersonales lo que favorece el núcleo de convivencia con las demás personas.</p>	<p>La falta de comprensión es el principal detonador de desconfianza entre todo el personal dentro de la institución.</p>	<p>La envidia es la principal característica que demuestran algunos docentes para tener mejor situación dentro del centro.</p>
<p>Los docentes se organizan de la mejor forma para poder llevar a cabo las diferentes actividades.</p>	<p>Los profesores practican los valores del respeto, compañerismo y responsabilidad para crear mejores ambientes entre compañeros de trabajo.</p>	<p>La falta de trabajo en equipo es fundamental para fortalecer el ambiente laboral.</p>	<p>La falta de instrumentos e insumos no permite desarrollar un ambiente de trabajo favorecedor para todos los trabajadores.</p>
<p>Los maestros anuncian a sus estudiantes las actividades que se van a realizar.</p>	<p>La solución de los problemas se realiza de la manera más atenta y el maestro es el mediador y es escuchado antes de la toma de la decisión.</p>	<p>La falta de efectividad de la comunicación dentro del Instituto es primordial para el desarrollo de la imagen del centro.</p>	<p>Existencia de clima laboral de muy baja calidad entre docentes y dirección.</p>

PADRES DE FAMILIA			
Los padres conocen quien se encarga de la divulgación de la información del instituto.	La presencia de los directores del centro escolar permite tener conciencia y conocimiento de quienes son los líderes del colegio.	La falta de asistencia a reuniones y demás actividades del colegio ha provocado un déficit en confianza y comunicación con los docentes.	La calidad para divulgar información de actividades es muy carente de responsabilidad.
El centro educativo siempre atiende las inquietudes y la insatisfacción de los padres.	Los padres de familia tienen la oportunidad de comunicarse de manera efectiva con los docentes del instituto.	El uso de los medios alternativos de comunicación es esencial para mantener una mejor comunicación con los docentes.	La gestión de calidad para utilizar el medio de comunicación es decadente al momento de transmitir información.
La mejor forma de comunicación es la directa con los docentes, mencionan los padres.	La confianza en el personal docente del centro de estudios permite que los padres de familia asistan a los eventos dirigidos por el colegio.	Los padres desconocen si el colegio hace el uso adecuado de las redes sociales.	Falta de uso de nuevos medios de comunicación.

Tabla No. 2. Resultados de la Matriz F O D A

Resultados del análisis (F O D A) de estrategias para el Instituto Nacional San Juan Bautista

	Fortalezas (F)	Debilidades (D)
Factores Externos	<p>El instituto tiene docentes que cumplen diariamente a impartir sus clases de la manera más profesional.</p> <p>El instituto realiza reuniones con el personal para comunicar las actividades a realizarse en el centro.</p> <p>Los alumnos tienen la ventaja de tener un entorno de clases motivacional, que los ayude a mejorar su rendimiento académico.</p>	<p>El instituto no implementa de manera concreta las redes sociales para informar de modo eficaz y general a su público.</p> <p>La falta de interés brindada por algunos maestros puede ocasionar un bajo rendimiento en el nivel académico.</p> <p>Que a los estudiantes solo se les comunique mayormente a través de sus maestros.</p>
Factores Internos	<p>Los docentes se organizan de la mejor forma para poder llevar a cabo las diferentes actividades.</p>	<p>La falta de trabajo en equipo es fundamental para fortalecer el ambiente laboral.</p>
Oportunidades (O)	Estrategias (FO) MAX-MAX	Estrategias (DO) MINI-MAX
<p>Los padres de familia tienen la oportunidad de comunicarse de manera efectiva con los docentes del instituto.</p> <p>Demográficamente el centro de estudio se encuentra bien ubicado en el centro del municipio lo que le permite tener un buen ambiente para trasladarse.</p> <p>La comunicación es el pilar fundamental para transmitir todos los logros obtenidos a nivel municipal.</p> <p>La página de Facebook es una herramienta fundamental para poder realizar la cobertura de estas actividades.</p>	<p>Desarrollo de plan de estrategias de comunicación para el fortalecimiento de los actos comunicativos.</p> <p>Fortalecer los medios de comunicación tradicionales dentro del centro de estudio.</p> <p>Realización de talleres para capacitar el nivel intelectual de los docentes.</p>	<p>Aprovechar y fortalecer el uso de las herramientas Tics</p> <p>Tener una comunicación eficaz para el desarrollo de la imagen institucional.</p> <p>Promoción de valores para mejorar incrementar el clima laboral.</p>

Amenazas (A)	Estrategias (FA) MAX-MINI	Estrategias (DA) MINI-MINI
<p>La conflictividad y la falta de disposición de algunos padres de familia impiden la resolución de conflictos.</p> <p>La conflictividad y la falta de disposición de algunos padres de familia impiden la resolución de conflictos.</p> <p>El Ministerio de Educación (MINED) ha restringido actividades de gran magnitud o aglomeraciones masivas que ponga en riesgo el bienestar de todo el personal.</p> <p>Entorno desagradable en cuanto a organización y atención a los padres de familia puede provocar una desestabilidad organizativa.</p>	<p>Fortalecimiento de la comunicación para transmitir la información correcta y adecuada.</p> <p>Creación vínculos comunicacionales para resolver los problemas internos.</p>	<p>Implementar el uso adecuado de las redes digitales para comunicar las actividades escolares.</p> <p>Desarrollo de un sistema eficaz para el mejoramiento del flujo comunicacional.</p>

Tabla No. 3. Resultados de las estrategias mediante el análisis F O D A

PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA DEL INSTITUTO NACIONAL SAN JUAN BAUTISTA.

Introducción

El presente estudio tiene como margen las estrategias de comunicación interna para mejorar los medios de comunicación del Instituto Nacional San Juan Bautista. Esto se inició mediante un diagnóstico de comunicación, el cual se desarrolló por un proceso de investigación utilizando diferentes técnicas, métodos e instrumentos. Esta propuesta de

estrategia tiene como guía la comunicación institucional, con esto se logra una adecuada divulgación de la información que quiere transmitir el instituto.

Objetivos de estrategias

- Plantear la utilización de los medios de comunicación digitales para la divulgación de información del instituto.
- Fortalecer los canales de comunicación ya existente del instituto.
- Establecer un proceso de comunicación interna efectiva entre docentes y la dirección del centro educativo.

La misión y visión del Instituto Nacional San Juan Bautista de la Concepción, Masaya.

Misión

Atender a la comunidad educativa y tratar de dar respuestas; con compromiso e integridad se proporcionará una oportunidad de desarrollarlos de manera adecuada para un entorno social y laboral.

Visión

Establecer una educación de calidad y gratuita, que represente construcción de los principios morales, cívicos, éticos, profesionales para la formación académica y así que les ayude a desarrollar fortalezas para sus comportamientos acorde a su vida pública y el campo laboral.

Presentación

Las fortalezas que tiene este centro de educación relejan el trabajo en equipo, la responsabilidad y dedicación del cuerpo docente y de la dirección en tener una buena imagen y una comunicación efectiva. Mediante las oportunidades que tiene el instituto, se puede dar a conocer de una manera confiable y atractivo a la población. Es por ello, que el éxito de este plan de comunicación dependerá de la organización del Instituto por parte de la dirección y maestros.

Metodología para ejecutar el plan estratégico.

Para una mejor imagen e identidad para el Instituto Nacional San Juan Bautista, es importante reconocer que la comunicación del centro educativo es buena. Lo cual se debe tomar en cuenta el uso masivo de las redes digitales del centro.

A continuación, se describen las recomendaciones estratégicas implementadas en el presente plan.

Estrategias para el Instituto Nacional San Juan Bautista

- Implementar el desarrollo de talleres y teces para docentes y así brindar una educación de calidad y poder ayudar a los estudiantes a prepararse para la educación superior.
- Desarrollar estrategias para conservar y mantener la imagen institucional del centro educativo.
- Desarrollar un plan de estrategias directas de comunicación internas y externas que ayuden al centro a afrontar cualquier la comunicación.
- Fortalecer el uso de las tics dentro del centro escolar.
- Implementar un buzón de quejas y sugerencias para que las personas ajenas a todo el proceso que realizan las autoridades puedan depositar sus opiniones.
- La dirección debe implementar el uso adecuado de las instalaciones.

Estrategias para los estudiantes del Instituto Nacional San Juan Bautista

- Implementar el uso adecuado de los medios de comunicación para transmitir información que sea de interés para los estudiantes.
- Utilizar con más frecuencias las redes sociales como Facebook para la interacción y el alcance del flujo comunicación.

- Implementar el uso de las herramientas digitales para transmitir y comunicar cada una de las actividades dentro del centro escolar.
- La realización de talleres con los estudiantes es importante para que puedan proponer una forma de comunicación que se les facilite usarla.
- Desarrollar un sistema eficaz y rápido para resolver los problemas internos y externos que vinculan al centro de estudios.

Estrategias para los docentes del Instituto Nacional San Juan Bautista

- Las relaciones internacionales han sido en medio de comunicación eficaz entre maestro-alumnos.
- Los maestros del Instituto Nacional San Juan Bautista deben realizar actividades para fortalecer el trabajo en equipo, compañerismo y la solidaridad y así mejorar el clima laboral.
- La práctica de valores es fundamental para desarrollar el compañerismo, la responsabilidad y el respeto para crear un mejor ambiente entre compañeros de trabajo.
- Implementar la efectividad comunicacional dentro del Instituto es para el desarrollo de la imagen del centro.

Estrategia para los padres de familia Instituto Nacional San Juan Bautista

- El desarrollo e implantación de la comunicación directa es fundamental para transmitir la información correcta a los padres de familia.
- La interactividad de las autoridades máximas del centro escolar permite que los padres de familia tengan conocimiento de quienes son.
- Implementar técnicas para mejorar el déficit de confianza y comunicación con los docentes.

- Los maestros deben de tomar en cuenta las vías de comunicación y fortalecerlas para que los padres puedan asistir a las reuniones.
- Es necesario implementar nuevas vías de comunicación para tener una información directa.

Estrategias para el personal administrativo

- Desarrollar estrategias para conservar y mantener la comunicación con todo el personal que labora en el centro de estudios.
- Implementar el uso correcto de la cortesía y responsabilidad dentro del área laboral.
- Desarrollar talleres para capacitar a todo el personal administrativo y así brindar una atención de calidad a los estudiantes y padres de familia.
- Fomentar el uso adecuado de las instalaciones.
- Implementar estrategias para jerarquizar la información de la manera más precisa para comunicarse entre sí.

Conclusión

A lo largo del desarrollo de esta investigación se logró identificar que el centro de estudios Instituto Nacional San Juan Bautista, mantiene una amplia red comunicacional favorable y positiva para el proceso de aprendizaje y comunicación con los alumnos y todo el personal que labora dentro de las instalaciones.

Es evidente que la dirección administrativa del centro de estudios es sumamente responsable al momento de transmitir cualquier tipo de información para fortalecer la institución de nuevas formas de comunicación implementando el uso de las nuevas tecnologías para su mejor desarrollo y funcionamiento organizacional. Además, se observó y determinó que el centro de estudio goza de muy buenas instalaciones que dan confort a los docentes y alumnos.

Cabe destacar que la comunicación interna es el pilar fundamental dentro del centro de estudios, puesto que cada uno de los maestros corrobora que es efectiva en todos los campos que abarca dentro de la institución. Los resultados obtenidos de esta investigación demuestran la capacidad que tiene cada uno de los docentes y demás personal administrativo quienes demuestran una conducta, humanista y constructivista para la formación de cada uno de los alumnos del centro escolar.

Finalmente, la comunicación interna y externa del Instituto Nacional San Juan Bautista es aceptable en todas sus formas de expresión, ya que la información que transmite a nivel general es primordial para los docentes, padres de familia y alumnos del mismo centro de estudios.

Recomendaciones

- Crear carteles informativos en las afueras del centro educativo para brindar información de las diferentes actividades a los padres o tutores de los estudiantes, para así facilitar la comunicación.
- Fomentar los medios de comunicación internos más utilizados en el instituto.
- Tener el uso correcto de los medios de comunicación que tiene el colegio para evitar cualquier problema de desinformación.
- Realizar boletines informativos donde los protagonistas sean los estudiantes puedan mantener informados a las personas en general.
- La realización de talleres en donde se les permita a los estudiantes propongan las maneras de comunicación que se les facilite usar.
- Los maestros del Instituto Nacional San Juan Bautista deben realizar actividades para fortalecer el trabajo en equipo, compañerismo y la solidaridad y así mejorar el clima laboral.
- La comunicación entre docentes se fortalecerá, si crearan un grupo de WhatsApp para comunicarse y publiquen todo lo interno del instituto.
- Es necesario implementar nuevas vías de comunicación para tener una información directa.
- Brindar recursos e instrumentos para laborar de manera digna y responsable en cada área asignada.
- Incrementar las reuniones comunicacionales, no solo para abordar temas académicos, sino que también influir las formas de comunicación internas.
- Incluir a todo el personal administrativos en capacitaciones o talleres que fomenten la comunicación organizacional.

Referencias

Ampié, A., Estrada, H., Hernández, S. (2019). *Propuesta de Comunicación Interna y Externa para el Colegio público Anexo Pablo Antonio Cuadra de la comarca las enramadas en Managua durante el segundo semestre de 2018*. Tesis de Seminario de Graduación para optar al título de licenciado en Comunicación para el Desarrollo. Centro de Difusiones de las Humanidades.

Andrade, H. (2017). *COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL INTERNA PROCESO, DISCIPLINA Y TÉCNICA*. Recuperado de: http://sinapsis.consultores.com.mx/wpcontent/uploads/2020/01/libro-Comunicacion_organizacional_interna

Barahona, D., Calero, K., Gago, X. (2019). *Diagnóstico y Plan Estratégico de Comunicación Interna para en Comité Olímpico Nicaragüense en el año 2019*. Seminario de Graduación para optar al título de licenciado en Comunicación para el Desarrollo. Centro de Difusiones de las Humanidades.

Balarezo, G. (2014). *“La comunicación organizacional interna y su incidencia en el desarrollo organizacional de la empresa SAN MIGUEL DRIVE.”* Trabajo de Investigación previo a la obtención del Título de Ingeniero de Empresas. UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS. Recuperado de: <https://hsigris.github.io/TES2016/132%20o.e..pdf>

Brönstrup, S., Godoi, E. y Ribeiro, A. (2007). *Comunicación, lenguaje y comunicación organizacional*. Unirevista –Vol. 1, n° 3. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/28296803_Comunicacion_lenguaje_y_comunicacion_organizacional

Corbin, J. (s.f). *Los 18 tipos de educación: clasificación y características*. Recuperado de: <https://psicologiaymente.com/desarrollo/tipos-de-educacion>

Cobiellas, L., Becerra, M., Morales, M. Y Mariño, G. (2011). *EL DIAGNÓSTICO, PASO INELUDIBLE PARA CARACTERIZAR LA SITUACIÓN COMUNICATIVA DE LA EMPRESA Ingeniería Industrial*, vol. XXXII, núm. 2, Instituto Superior Politécnico José Antonio Echeverría La Habana, Cuba. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=36043357600>

Dubón, M. (2012). *LA ENSEÑANZA SISTEMÁTICA DE LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LA REPÚBLICA DE GUATEMALA Y DE LOS DERECHOS HUMANOS EN CENTROS EDUCATIVOS DE NIVEL PRIMARIO*. UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES. Recuperado de: http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/04/04_10041.pdf

Espinoza, M., Moreno, L. (2014). *Estrategia de Comunicación para el Instituto Nacional Camilo Zapata durante el II semestre del año 2013*. Tesis para optar al Título de licenciatura en Filología y Comunicación. Centro de Difusiones de las Humanidades.

Fundación CODESPA. (2015). *Fortalecimiento de redes micro financieras LA EXPERIENCIA DE CODESPA CON INSTITUCIONES FINANCIERAS DE BASE*

COMUNITARIA EN ECUADOR. 1ª ed. Recuperado de: <https://www.codespa.org/app/uploads/publicacion-fortalecimiento-redes-microfinancieras.pdf>

Gutiérrez, J. (2016). LA INFOGRAFÍA COMO ESTRATEGIA DIDÁCTICA PARA EL APRENDIZAJE DE LOS ESTUDIANTES DE EDUCACIÓN SECUNDARIA. Tesis para optar el título de Licenciado en Educación Secundaria: Filosofía y Religión. Recuperado de: http://repositorio.ucss.edu.pe/bitstream/handle/UCSS/213/Gutierrez_Jack_tesis_bachiller_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Gutiérrez, O., Hernández, V. (2019). *Estrategia comunicacional Instituto Politécnico de la Salud "Luis Felipe Moncada" (POLISAL)*. Trabajo Monográfico para optar al título de licenciado en Comunicación para el Desarrollo. Centro de Difusiones de las Humanidades.

Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, P. (2010). Metodología de la Investigación. 5ta ed. Recuperado de: https://www.academia.edu/25455344/Metodolog%C3%ADa_de_la_investigaci%C3%B3n_Hernandez_Fernandez_y_Baptista_2010

Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, P. (2014). Metodología de la Investigación. 6ta ed. Recuperado de: <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Loor, M. (2016). *COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL INTERNA E INCIDENCIA EN EL DESARROLLO DE LA EMPRESA ENDECOTS*. Universidad de Guayaquil facultad de Comunicación social carrera de comunicación social. Recuperado de: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/21213/1/Comunicaci%C3%B3n%20Organizaci%20Interna%20e%20incidencia%20en%20el%20desarrollo%20de%20la%20empresa%20Endecots.pdf>

Montagud, N. (s.f). *Estrategias de enseñanza: qué son, tipos y ejemplos ¿Qué son las estrategias de enseñanza y para qué sirven en el contexto educativo?* Recuperado de: <https://psicologiymente.com/desarrollo/estrategias-ensenanza>

Ongallo, C. (2007). *MANUAL DE COMUNICACIÓN Guía para gestionar el Conocimiento, la información y las relaciones humanas en empresas y organizaciones*. 2ª ed. Editorial Dykinson S.L. Recuperado de: file:///C:/Users/usuario/Downloads/manualdecomunicacionpdf_compress.pdf

Pouplana, T., (2020). *Estrategias de comunicación: qué son y 5 ejemplos*. Barcelona. Recuperado de: <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/estrategias-de-comunicacion-que-son-y-ejemplos>

Pedagogía y didáctica. (s.f). *Unidad I. Diferencias entre Educación Pedagogía, Enseñanza y Didáctica. Educación formal*. Recuperado de: <https://sites.google.com/site/pedagogiydidacticaesjim/Home/1-capitulo-bases-para-la-creacion-de-estrategias/sesion-4-los-ejes-de-desarrollo-y-los-ambientes-de-integracion>

Prieto, E. (2017). *DIAGNÓSTICO EMPRESARIAL Y PROPUESTA DE ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL INTERNA DEL COLEGIO BOSTON SEDE FACATATIVÁ*. Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de ESPECIALISTA EN GERENCIA PARA EL DESARROLLO ORGANIZACIONAL.

Recuperado de <https://repositorio.ucundinamarca.edu.co/bitstream/handle/20.500.12558/663/DIAGN%C3%83%E2%80%9CSTICO%20EMPRESARIAL%20Y%20PROPUESTA%20DE%20ESTRATEGIA%20DE%20COMUNICACION%20ORGANIZACIONAL%20DEL%20COLE.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Plataforma de Voluntariado de España. (s.f). ELABORACIÓN DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN. Madrid, España. Recuperado de: https://www.solucionesong.org/img/foros/4c8ddf9bb43a2/Elaboracion_plan_de_comunicacion_PPVE.pdf

Quijia, C. (2020). *Análisis de la comunicación organizacional interna y externa del Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) de la parroquia de Nayón en el periodo julio - diciembre del 2017*. Trabajo de titulación previo a la obtención del Título de Comunicador Social, con énfasis en Comunicación Organizacional. UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL. Recuperado de: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/21741/1/T-UCE-0009-CSO-283.pdf>

Satz, M. (2009). *MANUAL DE COMUNICACIÓN PARA ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS*. Recuperado de: <https://bvhumanidades.usac.edu.gt/files/original/7b1d845cc57070b67c159e402170daca.pdf>

Universidad Internacional de Valencia. (2015) *¿Qué se entiende por educación no formal?* Recuperado de: <https://www.universidadviu.com/co/actualidad/nuestros-expertos/que-se-entiende-por-educacion-no-formal>

Urbina, S. (2007). *LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL COMO HERRAMIENTA PARA MEJORAR EL LIDERAZGO EDUCATIVO EN EL COLEGIO "NEPTALÍ SANCHO JARAMILLO" DE LA CIUDAD DE AMBATO, AÑO LECTIVO 2006 – 2007*. Tesis presentada previo a la obtención del Título de Magíster en Gestión Educativa y Desarrollo Social. UNIVERSIDAD TECNICA DE AMBATO FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACION. Recuperado de: <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/26913/1/1802837359%20Silvia%20Paulina%20Urbina%20salguero.pdf>

Anexos

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

UNAN-Managua

PROTOCOLO DE ENCUESTA

Encuesta para Maestros



Introducción

Estimado(a) somos estudiantes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la Universidad Nacional UNAN-Managua, actualmente estamos cursando la modalidad de seminario de graduación la cual tiene como finalidad realizar un diagnóstico de comunicación referente a las necesidades de comunicación interna y externa del Instituto Nacional San Juan Bautista de San Juan de la Concepción Masaya.

A continuación, la siguiente encuesta tiene como objetivo recopilar información sobre la comunicación interna y externa que se desarrolla dentro del centro de estudios, por lo cual requerimos que responda de manera objetiva marcando con una “X” (equis) la respuesta que más corresponda a su opinión.

Datos Generales

Sexo: a). Masculino () b). Femenino ()

Años de laborar en el centro: _____

Edad: _____

Responda según estime conveniente a las siguientes interrogantes respecto a su valoración de la cultura organizacional de este colegio.

1. ¿Conoce usted el marco referencial de la institución?

- a) Misión ()
- b) Visión ()
- c) Valores ()
- d) Historia ()
- e) Proyecto educativo ()
- f) Todas las anteriores ()
- g) No sabe / No responde ()

2. ¿Se siente identificado con los elementos del marco referencial?
- a) Si ()
 - b) No ()
 - c) No sabe / No responde ()
3. ¿Cómo se resuelven los conflictos que surgen a l interno?
- a) Conversando con el Director ()
 - b) Conversando con los afectados ()
 - c) No se resuelven ()
 - d) No sabe / No responde ()
4. ¿Usted considera que los valores se viven en el día a día dentro de la institución educativa?
- a) Si ()
 - b) No ()
 - c) No sabe / No responde ()
5. ¿Cuál de los siguientes valores cree usted que se ponen en práctica del día a día dentro del centro?
- a) Solidaridad ()
 - b) Respeto ()
 - c) Compañerismo ()
 - d) Responsabilidad
 - e) Todas las anteriores
 - f) Ninguno
 - g) No sabe / No responde ()
6. ¿Cómo clasifica la gestión escolar dentro del cetro educativo?
- a) Los estudiantes reciben respuestas a sus inquietudes en tiempo y forma ()
 - b) El personal docente y administrativo es tratado con respeto ()
 - c) Se toman en cuenta las necesidades del personal ()
 - d) Hay clima laboral favorable ()
 - e) Todas las anteriores ()
 - f) No sabe / No responde ()

Valore y responda a conciencia sobre el flujo comunicacional y los principales medios de comunicación que están vinculados al colegio.

7. ¿Cómo es el flujo comunicacional interno del centro de estudios?
- a) **Descendente**, del Director hacia todo el personal ()
 - b) **Ascendente**, de todo el personal hacia el Director ()
 - c) **Diagonal**, personas que no están conectadas con el Instituto ()
 - d) **Horizontal**, participación general en la toma de decisiones ()
 - e) No sabe / No responde ()
8. ¿Cuáles son los canales de internos de comunicación oficial para bajar orientaciones y emitir otro tipo de información?
- a) Reuniones ()
 - b) Correo institucional ()
 - c) Murales informativos ()
 - d) Memorándum ()
 - e) Circulares ()
 - f) Grupos de WhatsApp ()
 - g) Otros ()
 - h) No sabe / No responde ()
9. ¿Cómo valora la efectividad de los canales de comunicación?
- a) Efectivas ()
 - b) Poco efectivas ()
 - c) Nada efectivas ()
 - d) No sabe / No responde ()
10. ¿Cada cuánto recibe información por parte de las autoridades del colegio?
- a) Todos los días ()
 - b) Una vez por semana ()
 - c) Cada 15 días ()
 - d) Una vez al mes ()
 - e) No recibo ()

11. Seleccione los canales de comunicación que utilizan para comunicarse con sus alumnos:

- a) Curriculares o notas ()
- b) Correos electrónicos ()
- c) Hora guía ()
- d) Grupo de WhatsApp ()
- e) Por medio del presidente de sección ()

¡Muchas gracias por su colaboración!



Introducción

Estimado(a) somos estudiantes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la Universidad Nacional UNAN-Managua, actualmente estamos cursando la modalidad de seminario de graduación la cual tiene como finalidad realizar un diagnóstico de comunicación referente a las necesidades de comunicación interna y externa del Instituto Nacional San Juan Bautista de San Juan de la Concepción Masaya.

A continuación, la siguiente entrevista tiene como objetivo diagnosticar las necesidades de comunicación interna y externa dentro del centro de estudio Instituto Nacional San Juan Bautista, la entrevista se implementará en pasos para el proceso de investigación, con el fin de identificar las fortalezas y debilidades en el proceso de comunicación organizacional dentro de esta institución.

Objetivo General

Analizar la opinión de la autoridad de la dirección del centro escolar sobre la cultura organizacional, flujos, medios de comunicación y gestión de comunicación ente todos los colaboradores internos y la imagen institucional, y así determinar si existen necesidades de comunicación en el centro de estudios.

Objetivos específicos

1. Conocer por medio del área de dirección cómo funciona el proceso de comunicación interna y externa (tipo, flujo y gestión de comunicación).
2. Identificar que medios se utilizan para la transmisión y profundidad de mensajes a nivel interno y externo del colegio.
3. Precisar de qué manera se proyecta la imagen del colegio en su entorno.
4. Expresar por medio de la dirección cuales son los puntos débiles de comunicación interna y externa del centro educativo.
5. Analizar cómo es la cultura organizacional del colegio.

Método: Entrevista

Técnica: Entrevista dirigida Alfredo Castro Úbeda

Fecha: 30 de septiembre de 2021

Hora: 11:00 am.

Duración: 45 Minutos

Lugar: Oficina

Sujeto: Director del Instituto Nacional San Juan Bautista

Muestra: (1)

Guía de preguntas

Preguntas introductorias

1. ¿Nos podría decir la Misión, Visión, valores e Historia del centro educativo? ¿En qué consiste cada uno de ellos? ¿Se identifica con ello? Explique

Preguntas claves

2. ¿Cómo valora el trabajo que realizan los maestros, colaboradores y personal administrativo de este centro educativo que usted dirige? ¿Existen criterios de compensación?
3. ¿Cómo es su relación con el cuerpo de docentes, trabajadores administrativos y alumnos de este centro de estudios? Explique
4. En general, ¿Cómo valora el clima laboral de esta institución? Explique
5. Cómo es flujo comunicacional implementado en este centro de estudios, vertical: descendente, ascendente; diagonal: ¿horizontal? ¿Qué tan efectivo ha sido? Explique
6. ¿Cuáles son los medios o canales de comunicación interna y externa que utilizan para la divulgación de informaciones a su público? ¿Qué tipos de mensajes se emiten?
7. ¿Implementan alguna estrategia de comunicación interna y externa? ¿Qué tan efectiva ha sido? Explique
8. ¿Cómo se da la comunicación interna del colegio?
9. ¿Cómo valora todo el proceso de comunicación interna y externa que se implementa en este colegio? ¿Qué debilidades encuentra? Explique
10. ¿Mediante qué mecanismos dan a conocer los procesos de gestión escolar?

Pregunta de cierre

11. ¿Qué aspectos cree que debería de mejorar respecto a la comunicación interna y externa? ¿Cuáles serían sus recomendaciones o sugerencias para ayudar a mejorar la comunicación en este centro de educativo?



Introducción

Estimado(a) somos estudiantes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la Universidad Nacional UNAN-Managua, actualmente estamos cursando la modalidad de seminario de graduación la cual tiene como finalidad realizar un diagnóstico de comunicación referente a las necesidades de comunicación interna y externa del Instituto Nacional San Juan Bautista de San Juan de la Concepción Masaya.

A continuación, la siguiente encuesta tiene como objetivo recopilar información sobre la comunicación interna y externa que se desarrolla dentro del centro de estudios, por lo cual requerimos que responda de manera objetiva marcando con una “X” (equis) la respuesta que más corresponda a su opinión.

Datos Generales

Sexo: a) Masculino () b) Femenino ()

Edad: _____

A continuación, se valorará la efectividad de los medios de comunicación utilizados por el Instituto Nacional San Juan Bautista para mantener informado a los estudiantes.

1. ¿Durante el tiempo que lleva estudiando en el instituto, que medios de comunicación han utilizado para realizar alguna gestión académica o contactar al personal que labora?
 - a) Personalmente ()
 - b) Llamadas telefónicas ()
 - c) Página Web del Instituto ()
 - d) Redes sociales del Instituto ()
 - e) Todas las anteriores ()
 - f) No sabe / No responde

2. ¿Conoce si existe alguna unidad de comunicación que informe, haga coberturas o divulgue las actividades que realice el Instituto?

- a) Si ()
- b) No ()
- c) No sabe / No responde ()

3. ¿Qué tan efectivo ha sido esos medios de comunicación?

Excelente

Poco excelente

Nada excelente

4. Cuando el Instituto va a realizar una actividad ¿Que medios de comunicación utilizan para informar?

- a) Murales informativos ()
- b) Reunión con padres de familia ()
- c) Presidente de sección ()
- d) Maestro guía ()
- e) Redes sociales del instituto ()
- f) Todas la anteriores ()
- g) No sabe / No responde ()

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

- a) Si ()
- b) No ()
- c) No sabe / No responde ()

6. Mencione los canales de comunicación que utilizan para mantener comunicación con sus maestros:

- a) Horas guiadas ()
- b) Grupos exclusivos en Facebook ()
- c) Grupos de WhatsApp ()
- d) Notas ()
- e) Por medio del presidente ()
- f) Todas la anteriores ()

7. ¿Cómo valora la efectividad de estos canales de comunicación?

Efectiva

Poca efectiva

Nada efectiva

8. Responder si o no a las siguientes interrogantes:

Los maestros ...

Si

No

Me ayudan a solucionar mis dudas o problemas

Dan oportunidades para dar a conocer mis opiniones e ideas en la clase

Se crea un entorno de clases motivacional

Me ayuda en mi desarrollo académico

9. ¿Qué papel considera que ocupa la tecnología en el proceso comunicativo del Instituto?

a) Efectiva ()

b) Factor de progreso ()

c) Factor en desarrollo ()

d) Equilibrio ()

e) No sabe / No responde ()

10. ¿Considera que los medios de comunicación que se utilizan en el instituto son los adecuados para comunicarse con usted?

a) Si ()

b) No ()

¡Muchas gracias por su colaboración!



Introducción

Estimado(a) somos estudiantes de la carrera de Comunicación para el Desarrollo de la Universidad Nacional UNAN-Managua, actualmente estamos cursando la modalidad de seminario de graduación la cual tiene como finalidad realizar un diagnóstico de comunicación referente a las necesidades de comunicación interna y externa del Instituto Nacional San Juan Bautista de San Juan de la Concepción Masaya.

A continuación, la siguiente encuesta tiene como objetivo recopilar información sobre la comunicación externa que se desarrolla dentro del centro de estudios, por lo cual requerimos que responda de manera objetiva marcando con una “X” (equis) la respuesta que más corresponda a su opinión.

Datos generales

Sexo:

- a) Femenino () b) Masculino ()

Edad: _____

1. ¿Sabe usted quien es el encargado de la divulgación de cada una de las actividades que se desarrollan dentro el Instituto?
 - a) Si ()
 - b) No ()

2. ¿Quién es la persona encargada de oficializar cada una de las actividades escolares?
 - a) Director ()
 - b) Subdirector ()
 - c) Secretaria ()
 - d) Maestros ()
 - e) Alumnos ()

3. ¿A través de qué medios de comunicación se informa de las actividades que acontecen en el centro educativo?
- a) Redes sociales ()
 - b) Reuniones ()
 - c) Murales informativos ()
 - d) Comunicación directa ()
 - e) Otros ()
 - f) No sabe / No responde ()
4. ¿Cómo valora la información que recibe a través de ese medio?
- a) Excelente ()
 - b) Buena ()
 - c) Regular ()
 - d) Mala ()
 - e) Muy mala ()
5. ¿Con que frecuencia le informan de las actividades que se realizan en el Instituto?
- a) Siempre
 - b) Casi siempre
 - c) A veces
 - d) Ocasionalmente
 - e) Nunca
6. ¿Cómo considera la relación que mantiene con los docentes del Instituto?
- a) Excelente ()
 - b) Buena ()
 - c) Regular ()
 - d) Mala ()
 - e) Muy mala ()
7. ¿Cuándo se presenta algún problema entre alumnos y docentes como se resuelven?
- a) Reunión con el director ()
 - b) Expulsión ()
 - c) Reunión con el padre de familia ()
 - d) Poniendo en práctica el reglamento escolar ()
 - e) No se resuelven ()
 - f) No sabe / No responde ()

¡Muchas gracias por su colaboración!

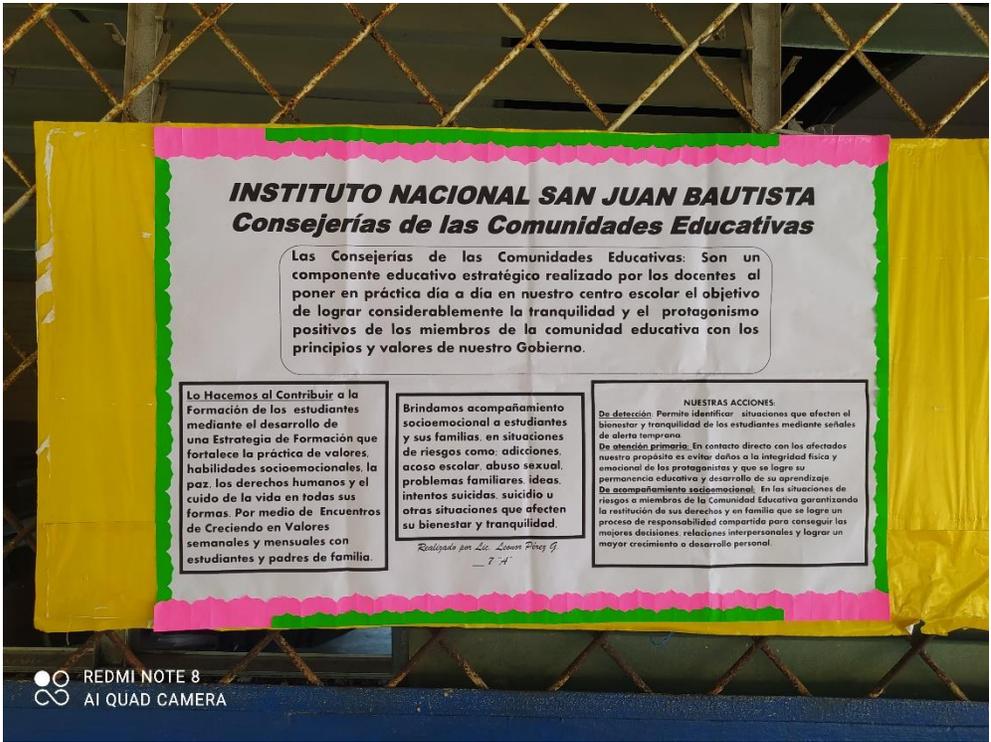


Foto No. 1. Escarapela del centro educativo

En las afueras del Instituto no hay un cartel que diga su nombre solo en el portón de ingreso.



Foto No. 2. Afuera de las instalaciones del centro educativo



Murales Interactivos o Informativos

Foto No. 3. Murales informativos de un tema en específico dentro del centro



Foto No. 4. Murales informativos de un tema en específico dentro del centro



Foto No. 5. Dentro de las instalaciones del centro se observan limpias



Foto No. 6. Dentro de las instalaciones del centro se observan limpias



Foto No. 7. Personal docente



Foto No. 8. Personal docente implementando el uso de los murales dentro del instituto

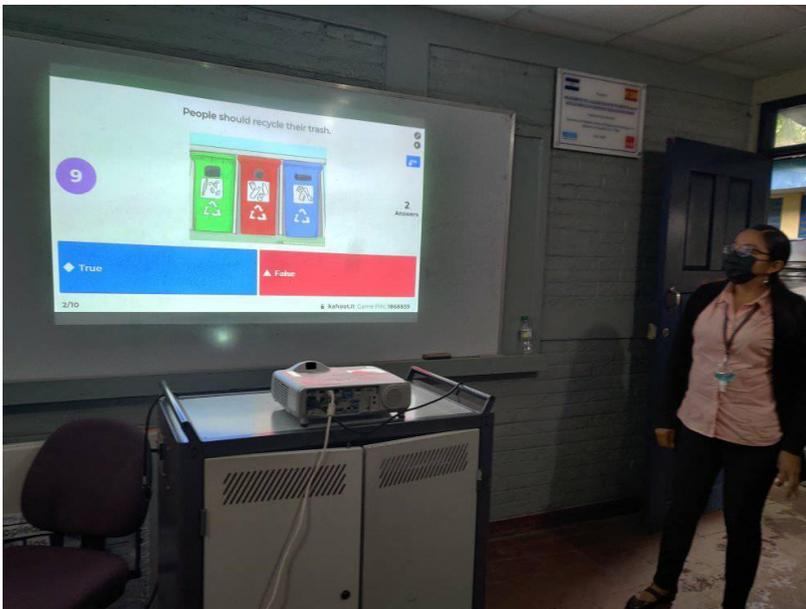


Foto No. 9. Personal docente utilizando las nuevas tecnologías de la información



Foto No. 10. Estudiantes con el uso de las nuevas tecnologías de la información



Foto No.11. Estudiantes en el aula de clases



Foto No. 12. Presentación de la banda rítmica del centro