



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA

UNAN - MANAGUA

FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS JURÍDICAS

“Año de la Universidad Emprendedora”

**TESIS DE SEMINARIO DE GRADUACIÓN PARA OPTAR AL TÍTULO DE
LICENCIADAS EN COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO**

TEMA:

**Diagnóstico de Comunicación del Centro de atención inicial Almendrita del barrio
Ducualí del departamento Managua, durante el I semestre 2017.**

AUTORES:

Centeno Orozco Francis Antonela.

Peña Acevedo Heydi Eliett.

Tutor y asesor metodológico: MSc. Milán Prado Cuarezma

Managua, Diciembre 2017

¡A la libertad por la Universidad!

Agradecimiento

A Dios por darme la sabiduría y paciencia para culminar mis estudios, y sobre todo por brindarme la fortaleza para no desistir en el camino.

A mi compañera Heydi Peña, gracias por tu apoyo y comprensión durante este proceso, también por tu amistad y confianza durante estos años.

A mis padres Agustín Centeno y Evelia Orozco por apoyarme incondicionalmente en todas las decisiones de mi vida, gracias por ayudarme a cumplir mis metas, no imaginaria mi vida sin ustedes a mi lado, todo se los debo primeramente a Dios y luego a ustedes.

A mi esposo Jesús Alberto Rosales, gracias por tu apoyo para lograr cumplir esta meta, por tu amor y comprensión en mis momentos de aflicción y sobre todo por impulsarme a ser mejor persona cada día.

A mi tutor, Msc Milán Prado por su dedicación y paciencia, gracias por ser nuestro guía en la elaboración de esta investigación y por compartir sus conocimientos con nosotras.

Dedicatoria

A Dios, a ti mi señor dedico esta meta porque gracias a tu luz y sabiduría derramada en mí he podido culminar mis estudios, bendice mi vida siempre.

A mi hija Leydi Valentina Rosales Centeno, eres mi motor y mis ganas de salir adelante siempre y eres lo más valioso de mi vida, para ti quiero ser un ejemplo a seguir para que seas una mujer de bien y sobre todo con metas en la vida.

A mis Padres Agustín Centeno y Evelia Orozco, por inculcar buenos valores en mí e inspirarme siempre a crecer tanto en lo profesional como en lo espiritual, todo lo que ustedes sembraron en mí empezara a dar frutos, gracias por confiar en mí.

A hermano Cristhian Antonio Centeno Orozco al igual que mi hija, eres mis ganas de salir adelante y mi motivo de luchar cada día. También a mi esposo Jesús Rosales, por desear lo mejor para mí.

Agradecimiento

Agradezco primeramente a Dios por permitirme llegar a tan ansioso momento, por no dejarme caer ni desmayar en tan duro camino, por darme esa fuerza que necesite en muchos momentos, por regalarme sabiduría, conocimiento, tranquilidad y paciencia.

Gracias a mi madre Victoria Acevedo por aconsejarme cuando debía y apoyarme en mis decisiones, por brindarme su ayuda incondicional, emocional y haber confiado en mí, por haberme ayudado económicamente en mi carrera y por ocupar el lugar de padre que una vez rechazaron.

A mi compañera y amiga Francis Centeno por depositar su confianza en la realización de nuestro último trabajo, por su comprensión y perseverancia y por estar en buenos y malos momentos.

A mi esposo Ernesto López, gracias por su comprensión y ayuda en momentos difíciles, por estar conmigo cuando necesitaba una mano amiga y por haberme apoyado en las diferentes etapas universitarias.

Agradezco a mi tutor Msc Milán Prado por su incondicional ayuda y sobretodo paciencia para encaminarnos en todo este proceso.

Dedicatoria

A Dios por haberme regalado sabiduría y fortaleza en estos 5 años, por guiarme en el camino del bien y llegar a hacer una profesional. Por haberme bendecido en toda mi carrera y poderla culminar con éxito.

A mi niña Kaitlyn Nahomi López Peña, la razón de mi existir, a ella dedico todos mis triunfos y bendiciones, siendo una mujer de bien para en un futuro poder servirle de ejemplo. Gracias mi niña, porque con una sonrisa me alegras el día.

A mi madre Victoria Acevedo por ser el pilar fundamental de la familia y estar conmigo cuando más la necesitaba, por haberme enseñado a ser una persona de bien. Gracias porque fuiste la primera persona que creyó en mí y mis capacidades; desde el momento que decidí estudiar comunicación, por haber caminado de la mano en todo este proceso, todo te será recompensado madre hiciste de mí una mujer decidida y que aprendiera a luchar por mis sueños, no tengo palabras para agradecerte todo lo que has hecho por mí.

Tabla de contenido

Introducción.....	
¡Error! Marcador no definido.	
Justificación.....	
¡Error! Marcador no definido.	
Antecedentes.....	
¡Error! Marcador no definido.	
Planteamiento del problema.....	
¡Error! Marcador no definido.	
OBJETIVOS.....	
¡Error! Marcador no definido.	
Objetivo General	¡Error! Marcador no definido.
Objetivos Específicos.....	¡Error! Marcador no definido.
Marco teórico.....	15
La comunicación.....	15
Comunicación institucional	15
Principales habilidades comunicativas.....	16
Tipos de comunicación.....	17
Comunicación verbal.....	17
Comunicación no verbal.....	17
Comunicación Intergrupala.....	18
Comunicación publicitaria.....	18
Comunicación educativa	19
Comunicación externa.....	19
Comunicación interna	20
Funciones de la comunicación	20
Afectiva.....	20
Reguladora	21
Informativa.....	21
Diagnostico comunicacional.....	22
Estrategias de comunicación.....	22
Tipos de estrategia	22
Planificación de estrategias.....	23
Diseño Metodológico.....	24

Tipo de estudio.....	24
Enfoque	25
Universo	25
Muestra	25
Criterios de selección	25
Unidad de análisis o estudios.....	26
Técnicas y procedimientos de recolección de datos.....	26
Instrumentos de medición	27
Plan de tabulación y análisis	28
Análisis y Discusión de Resultados.....	28
Diagnostico comunicacional.....	52
Desarrollo del plan de comunicación.....	55
ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EXTERNA.....	60
ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNA.....	61
Metas.....	63
Presupuesto	64
Cronograma.....	65
Conclusiones.....	66
Recomendaciones.....	68
Referencias Bibliográficas.....	70
ANEXOS.....	72

RESUMEN

El trabajo que a continuación se presenta tiene como objetivo la realización de un diagnóstico comunicacional, con sus respectivas estrategias de comunicación, dicho diagnóstico se realizó para el centro de atención inicial Almendrita, ubicado en el barrio Ducualí, del departamento Managua.

Para esto se tomó en cuenta los problemas y déficit comunicacionales, que actualmente presenta el preescolar, sabemos que es de gran importancia para una institución mantener al tanto cualquier situación que beneficie o no a la misma. Así pues en el desarrollo de este trabajo se encontraron muchos factores que propician al centro a no presentar una imagen institucional adecuada y que tienen muy poca proyección ante el público.

Por otro lado se tomaron en cuenta los pocos factores que por el momento ayudan a mantener al centro un tanto proyectado, y se propusieron estrategias para pulirlos y sacarles mayor provecho para obtener más y mejores resultados.

Para que todo esto fuese posible, se tuvo que recolectar datos con la población aledaña para obtener una visión más clara del posicionamiento que el preescolar tiene en el sector y así demostrar la situación de comunicación externa del mismo, también se aplicó encuestas a los padres de familia y entrevistas a la directora y docentes del centro para obtener información sobre la comunicación interna.

Todos los datos e información alzada fue usada para proceder a realizar el diagnóstico, también se incluyen factores que como investigadoras observamos y no podían quedar por fuera del mismo. Con esto se pretende que el diagnóstico con sus estrategias de comunicación, sirvan de manual para el pre-escolar Almendrita, para poner en práctica las propuestas que se presentan, y de esta manera se mejore la situación comunicacional de su institución y obtener resultados óptimos.

Introducción

El presente trabajo se realiza con el objetivo de elaborar un diagnóstico de las necesidades de comunicación para el centro de atención inicial Almendrita ubicado en el departamento de Managua en el barrio Ducualí, que sirvan para crear estrategias de comunicación que colaboren a mejorar la imagen institucional de dicho centro de estudios.

Además se reconocerán las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades con las que cuenta el centro, debido a que se ha caracterizado por ofrecer educación de calidad a los niños, pero no es muy conocido y no compite con otros centros que ofrecen los mismos servicios en el sector.

La comunicación es el pilar fundamental para que una institución realice buenas acciones y tratándose de un centro escolar es indispensable contar con buenas y efectivas herramientas que ayuden a tener una buena comunicación y de esta manera hacer más fáciles las labores del día a día.

Conforme a la metodología de investigación, se involucraran tanto a padres como autoridades y docentes del centro y así mismo a los habitantes del sector, a través de entrevistas se podrán determinar los factores que hacen que la comunicación de dicho centro no sea tan eficiente y se podrá identificar que tan buena imagen institucional posee.

Una vez identificadas las problemáticas y realizadas las estrategias, se espera que el centro ejecute un plan de acción que les ayude a resolver cualquier situación de crisis comunicacional y siga ofreciendo el buen servicio de educación que hasta el momento tiene.

Justificación

El presente trabajo tiene por objetivo realizar un diagnóstico de comunicación en el pre-escolar Almendrita ubicado en el distrito IV de Managua, dicho diagnóstico será la base para conocer los principales problemas que enfrenta el centro educativo y proporcionarles algunas alternativas, además daremos a conocer los medios que emplean para comunicarse con el personal y con los clientes; a la vez reforzar las técnicas comunicacionales y como ellos se dan a conocer con la comunidad y que tipo de publicidad emplean para atraer clientes.

El pre-escolar Almendrita tiene veinte y siete (27) años desde su fundación, pero pese a que su instituto es pequeño no llena todas sus satisfacciones, las pequeñas aulas no dan paso a muchos estudiantes se estima que cada nivel/sección tiene aproximadamente 10 niños lo que es muy poco en comparación a los otros centros cercanos.

La competencia es muy grande, es por eso que a partir del diagnóstico se pretenden implementar nuevas fortalezas y estrategias, para que el preescolar pueda sobresalir de los otros centros educativos, recordando que lo importante es la calidad y no la cantidad; los niños tienen una educación más personalizada, debido a que son pocos y eso ayuda a una mejor comprensión educativa por parte de los estudiantes.

Antecedentes

El pre-escolar Almendrita, se encuentra ubicado en el distrito IV de Managua en el barrio Venezuela, en el barrio se han realizado estudios sobre su historia, sus hechos más relevantes y sus héroes locales, el barrio ha ganado diversos concursos a nivel nacional como el concurso “historia de mi barrio” este barrio se ha dado a conocer y por ende su preescolar Almendrita es representativo para la formación inicial de los infantes que lo habitan.

En el pre-escolar se han realizado pocas investigaciones una de ellas es Diagnóstico de Comunicación Interna (Centeno, Peña y Pravia, 2016), el cual será el punto de referencia para realizar el análisis FODA.

En Nicaragua se han realizado algunas investigaciones sobre situaciones comunicacionales en centros escolares o instituciones gubernamentales, para el presente trabajo se consideran como antecedentes:

Estrategia de Comunicación para el Instituto Nacional Camilo Zapata (Espinoza y Moreno, sf) en el cual se encontró información muy valiosa que servirá como guía para realizar las estrategias de comunicación del Preescolar Almendrita. En dicho trabajo tómanos como ejemplo las estrategias implementadas por las autoras.

De igual manera servirá como antecedente el trabajo Estrategia de comunicación para el Preescolar Arlen Siu, (Padilla. A. 2014) el cual será útil para reforzar el marco teórico y la manera de plantear las estrategias de comunicación.

Planteamiento del problema

La comunicación en las instituciones deber ser proactiva y retroalimentaría, para que esta funcione adecuadamente y exista un mejor manejo de cruce de informaciones. En el intercambio de información debe estar el emisor y receptor, ya que estos deben transmitir un mensaje; para que sea adecuado deberán implementar ciertas estrategias comunicativas, pero si una institución no las tiene o no las sabe manejar provocara una crisis comunicacional y lo llevara a un caos total. Cuando una institución es pequeña tiene mucho más problemas comunicacionales, ya que no se proyectara adecuadamente a su público meta.

El pre-escolar Almendrita tiene poca demanda, debido a que se encuentra ubicado en una zona poco estratégica, está poco visible para la población, porque es una de las últimas casas de la cuadra; además tiene mucha competencia de otros preescolares, ya que estos otros centros educativos tienen mucha más capacidad para sus estudiantes y el preescolar Almendrita es pequeño, cuenta con una capacidad para cuarenta (40) estudiantes en general, o sea para los tres (3) niveles, mientras que los otros preescolares tienen aproximadamente capacidad para sesenta (60) estudiantes en general para los niveles.

Debido a tanta demanda el preescolar se encuentra en problemas no solo económicos, también comunicacionales es por eso que nos preguntamos lo siguiente *¿Cuál será la relevancia de realizar un diagnóstico de comunicación en el preescolar Almendrita?* dicho centro debería manejar sus problemas comunicacionales, pero por falta de tiempo y dinero no pueden tener un manual de comunicación que les facilite maneras rápidas de solucionar problemas a la hora que les presenten.

Se elaborara un diagnóstico de comunicación, pero ¿Cómo les ayudara el diagnostico de comunicación a la hora de una crisis comunicacional? El centro deberá tener en cuenta que a la hora de alguna crisis comunicacional no tendrá mucho tiempo a la hora de actuar,

también llegamos a la pregunta ¿Cómo implementara el centro las estrategias de comunicación propuestas? Las estrategias les serán de gran utilidad, porque así podrán darse a conocer más al público y a las zonas aledañas y ¿De qué manera les será útil el FODA al preescolar como herramienta comunicacional? El FODA les mostrara las áreas en que deben mejorar y las desventajas de dicho centro, entre otras. Les será útil, porque así podrán mejorar su imagen y ofrecer una mejor calidad educativa a sus alumnos.

OBJETIVOS

Objetivo General

Proponer el flujo de comunicación del Preescolar Almendrita mediante la implementación de un diagnóstico de comunicación para mejorar su imagen institucional.

Objetivos Específicos

- Realizar un diagnóstico comunicacional que permita conocer la situación comunicacional del preescolar Almendrita.
- Identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que presenta el preescolar en sus procesos comunicacionales.
- Analizar las estrategias de comunicación para fortalecer las relaciones de comunicación en el centro educativo Almendrita.

Marco teórico

La comunicación

La comunicación se puede definir como un proceso mediante el cual una persona se pone en contacto con otra a través de un mensaje, y espera que esta de respuesta ya sea una opinión, actividad o conducta. En otras palabras, la comunicación es una manera de establecer contacto con los demás por medio de ideas, hecho o pensamientos y conductas, buscando una reacción al comunicado enviado (Flores de Gortari, 1998. p.26)

La comunicación es un proceso esencial en los seres vivos, ya que por medio de esta se puede interactuar con los demás, es una actividad retroalimentaría porque el emisor y receptor transmiten mensajes o códigos para poder entenderse entre sí.

En el pre-escolar Almendrita la comunicación es la base fundamental para transmitir información a sus alumnos, padres y maestros; por medio de esta pueden darse a conocer los problemas o exponer alguna situación sea buena o mala que suceda en el mismo. En el pre-escolar son utilizados diferentes tipos de comunicación los más usados son la comunicación visual y la comunicación oral, siendo la primera la esencial, ya que los niños lo primero que hacen al llegar al pre-escolar es observar lo que hay a su alrededor.

Comunicación institucional

Pascale expresa que la comunicación institucional ha sido definida -por oposición a la comunicación comercial- como el discurso no dirigido a la venta de un producto, opuesta a la comunicación publicitaria de los productos y las marcas, dirigida a modificar comportamientos, actitudes o conseguir adhesiones. La noción de comunicación institucional, según la autora, apareció definida más por lo que no era que por lo que era. Weil explica que el objetivo de la comunicación institucional es dar a conocer la voluntad de la empresa de ser una colectividad que se dirige a su entorno y suscitar la adhesión a su proyecto (1992).

Tratándose del pre-escolar Almendrita como cualquier otra institución debe presentar a su público meta una buena imagen institucional, donde pueda competir con otros pre-escolares aledaños y así posicionarse en la zona; el pre-escolar carece de un personal que se encargue de manejar el área comunicacional, cuentan con redes sociales que agilizan un poco la comunicación con los padres de familia pero esto no es suficiente para lograr un buen flujo comunicacional. No hay un encargado específico de manejar las redes sociales, lo realiza cualquier docente y esto perjudica los canales de comunicación, debido a que el receptor (padres) a veces se confunde y no entienden los mensajes.

Principales habilidades comunicativas

Según García- Allen, “Las habilidades comunicativas que poseemos determinan el éxito de nuestras relaciones interpersonales, y, por eso, es necesario comunicarse bien en el trabajo, con nuestros amigos, nuestra familia, y en general con todas las personas que nos rodean. Conocer y dominar las habilidades comunicativas básicas aporta muchos beneficios, como ayudar a resolver diferencias o promover la confianza y el respeto mutuo. Es imprescindible poseer buenas habilidades de comunicación ya que la convivencia es una negociación constante. Aunque comunicarse parece simple, mucho de lo que comunicamos se mal interpreta o no se entiende bien. Por supuesto, esto puede causar conflictos tanto en nuestras relaciones profesionales como

personales”. (Jonathan García-Allen, Director de comunicación del blog Psicología y Mente)

Alguna de las habilidades comunicativas primordiales que ejecutan en el pre-escolar son:

- Escucha activa: Aunque parezca simple, no todos tienen la habilidad de saber escuchar y captar lo que una persona quiere transmitir.
- Validación emocional: Este es otro punto clave puesto que el receptor se siente reconocido e identificado y sirve para crear un ambiente de confianza.
- Lenguaje verbal: Es un elemento básico para los seres humanos, además es necesario saber cómo hacerlo, emplear buenos términos, tener buena capacidad de improvisación, para poder tener una buena expresión.
- Respeto: Además de ser una habilidad comunicativa, es uno de los valores que se inculca desde pequeños, hablarle a una persona con respeto garantiza casi siempre una buena comunicación interpersonal afectiva y positiva que puede mejorar cualquier situación tensa que se presente.

Tipos de comunicación

Comunicación verbal

La comunicación verbal se divide en dos componentes, oral y escrita; en la comunicación oral se utiliza el canal auditivo para poder percibir las palabras, la comunicación oral es efímera y dura lo que el sonido permanece en el ambiente no más tiempo.

“La comunicación escrita es variada ya que comprende desde ideogramas, jeroglíficos, alfabetos, grafitis entre otros, ha sufrido evoluciones con el paso del tiempo, para interpretar correctamente el mensaje hay que conocer el código que tiene que ser común entre el emisor y el receptor”.(José Garduño. 2012)

En el pre-escolar ambos tipos de comunicación (oral y escrita), son de gran utilidad para el proceso de aprendizaje de los infantes, por ende los maestros

deben estar capacitados para poder cumplir y llenar todas las necesidades para contar con una comunicación eficaz.

Comunicación no verbal

Según Garduño, “la comunicación no verbal es aquella que se realiza a través de signos y símbolos visuales, auditivos y olfativos y mantienen una relación con la comunicación verbal, además actúa como reguladora en los procesos comunicacionales ya que reduce o amplía los significados del mensaje”.

Para un centro de educación infantil, es indispensable este tipo de comunicación debido a que se trabaja con niños, quienes la mayoría del tiempo están pendientes de sonidos, colores, texturas y olores; por ende es su primer etapa para comenzar a entender la comunicación y para aprender a comunicarse.

Comunicación Intergrupala

La comunicación intergrupala es la que involucra a dos o más grupos, aquí puede incluirse la proyección de comunicación que se establece entre los intérpretes y los espectadores.

Hablando del pre-escolar Almendrita, este tipo de comunicación debe practicarse ya que ellos se deben a los padres y alumnos quienes requieren de atención de calidad y en todo momento deben estar enterados de lo que acontece en el pre-escolar.

Comunicación publicitaria

“La comunicación publicitaria es la rama de las ciencias de la comunicación que se dirige a transmitir información de una entidad a otra, por lo general de una empresa a un objetivo meta o un receptor, esta pretende actuar de forma directa sobre las personas de distintas características, la finalidad de la publicidad es la comercialización de un producto o servicio esta es dirigida en los distintos medios de difusión ya sea la prensa, radio, televisión, internet, BTL, etc.” (Wanda Hernández,(s.f).

Este tipo de comunicación es necesaria emplearla en el pre-escolar ya que es la generará mayor alcance al público meta, es la encargada de que el cliente ponga la vista sobre el pre-escolar, que vea lo que oferta, la calidad de educación, la capacitación con que cuentan los maestros para atender a los niños, buscar que el cliente se quede atrapado con lo que ellos ofrecen y no busquen más opciones.

Comunicación educativa

Según Kan Kalix, pedagogo marxista, define a la comunicación pedagógica como un tipo especial de comunicación profesional -la del profesor con sus alumnos, tanto en el aula como fuera de ella- que tiene lugar en el proceso de enseñanza y educación y posee determinadas funciones pedagógicas.

Por otra parte, Piscoya la define como la comunicación del maestro con los escolares en el proceso de enseñanza, que crea las mejores condiciones para desarrollar la motivación del alumno y el carácter creador de la actividad docente, para formar correctamente la personalidad del alumno.

Estos autores coinciden en que la educación pedagógica o comunicativa es la que crea o ayuda a crear la personalidad del estudiante y que esta debe motivar al alumno a ser mejor persona además debe aportar a su desarrollo personal y profesional.

Comunicación externa

La comunicación externa, se define como el conjunto de operaciones de comunicaciones destinadas a los públicos externos de una empresa o institución, es decir al gran público, directamente o a través de periodistas como a sus proveedores, accionistas, a los poderes públicos y administradores locales o regionales.

En el caso del pre-escolar por ser algo pequeño y contar con muy poco personal dificulta presentar una buena comunicación externa y esto a su vez dificulta crear convenios, y darse a conocer más allá del sitio en el que está ubicado.

Comunicación interna

Según Nosnik, “Es un conjunto de actividades efectuadas por cualquier 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 a logro de los objetos organizacionales” (2002 , p 12).

La comunicación interna en toda institución es base fundamental para presentar y ofertar un servicio de calidad al público meta ya que entre más consolidados se encuentren sus componentes internos será mayor el beneficio para esta. Para que la comunicación interna sea efectiva los colaboradores de la institución deben mantener buenas relaciones.

Funciones de la comunicación

Afectiva

Elupina Tirado de Veniel, “La función afectiva de la comunicación hace referencia a toda la gama de emociones, sentimientos y vivencias que se generan y se desarrollan a través de la comunicación y que permiten la satisfacción de la imperiosa necesidad que todos tenemos de compartir nuestras impresiones, nuestros sentimientos y sentirnos comprendidos, aceptados y amados por las personas que nos son afectivamente significativas” (2013).

El acto de comunicar genera distintas funciones entre ellas la función afectiva, esta se encarga de transmitir los sentimientos que se ocasionan a la hora de comunicarse, no es lo mismo divulgar una alegría que dar el pésame en un funeral, es ahí donde

entra en juego esta función que se encarga de manejar las emociones y sentimientos que se generan en el acto de comunicar, dicha función hace que el ser humano se sienta comprendido y amado por la otra persona, debido a que se manifiesta su punto de vista, su expresión corporal y a la vez sus sentimientos. Esta función se vincula desde el hogar, puesto que es ahí donde se enseñan las primeras palabras y a manifestar los sentimientos y emociones hacia las demás personas.

Reguladora

“Tiene que ver con la regulación de la conducta de las personas con respecto a sus semejantes. De la capacidad autorregular|autorreguladora y del individuo depende el éxito o fracaso del acto comunicativo.”(Satz, 2009. p. 11). Esta función se encarga de poder regular la comunicación y facilitar la adaptación hacia la sociedad, de esta depende que las personas puedan manejar adecuadamente su fluidez al conversar con otras personas, es decir no exaltarse al hablar o pronunciar adecuadamente una pregunta o exclamación. También trata de que las decisiones no influyan directamente, es decir que las críticas de las demás personas no se tomen a mal, sino que uno sepa controlarse y cambiar la actitud ante lo sucedido para que así la otra persona no tome control del comportamiento ajeno.

Informativa

“Tiene que ver con la transmisión y recepción de la información. A través de ella se proporciona al individuo todo el caudal de la experiencia social e histórica, así como proporciona la formación de hábitos, habilidades y convicciones. En esta función el emisor influye en el estado mental interno del receptor aportando nueva información.”. (Satz, 2009. p. 10). Como lo dice su nombre informa sobre determinados hechos o acontecimientos que ocurrieron, a través de los años. En esta función el emisor trasmite información valiosa al receptor, también pueden intercambiar información de ciertas habilidades y conocimientos actuales. Este

tipo de función comunicacional es importante en el ámbito educativo, ya que se transmiten experiencias y temas culturales, a la vez se intercambian opiniones sobre diversos temas y se crean nuevas propuestas a desempeñar.

Diagnostico comunicacional

“El diagnóstico es una estrategia de producción de conocimiento acerca de determinada realidad con la particularidad de estar orientada por la voluntad consciente de modificar esa realidad. Esta es una elección no sólo metodológica sino además epistemológica y política, pues entonces creemos en la posibilidad de aportar estos elementos para que la sociedad se apropie de ellos y los procesos sociales y comunitarios queden menos librados a la improvisación y dejen de ser simples ensayos.” (Bruno, D. SF. El Diagnostico de Comunicación).

Un diagnóstico de comunicación es la base de la intervención comunicacional que permite relacionar el problema con el contexto. En toda institución es primordial que posean un diagnóstico de comunicación para así poder enfrentar cualquier problema que se les presente, esto con respecto a temas de comunicación. A la vez con un diagnostico comunicacional el preescolar Almendrita podrá conocer con mayor exactitud y claridad los problemas comunicacionales que enfrentan, así proyectara una mejor imagen institucional y sobre todo sus clientes estarán más satisfechos.

Estrategias de comunicación

Tipos de estrategia

El Pre-escolar Almendrita, a través de los años ha utilizado diversos tipos de estrategias de comunicación, en algunas han tenido éxito y en otras han fracasado, entre las estrategias implementadas por el centro se encuentran:

- Rótulos.
- Murales informativos.
- Mensajería de texto.
- Redes Sociales (Facebook, WhatsApp)

Siendo esta ultima la más utilizada por los padres (clientes) para informarse sobre las actividades del preescolar.

Planificación de estrategias

“Proceso gerencial de desarrollar y mantener una dirección estratégica que pueda alinear las metas y los recursos de la organización con sus oportunidades cambiantes de mercadeo” (Kotler, 1990).

“Es esencialmente la creación de un sistema dúctil e integral de objetivos, así como el planteamiento de las alternativas que permitan a la empresa y sus ejecutivos lograrlos” (Ibarra, 2004).

La planificación de estrategias en una empresa o institución, son útiles para mejorar el funcionamiento de las mismas puesto que si estas llegaran a tener crisis comunicacionales sabrán darle solución más pronto; al momento de realizar una planificación de estrategias se deben tomar en cuenta todos los factores tanto positivos como negativos que presenta la empresa o institución ya que esto dará un punto de partida para establecer el plan.

Diseño Metodológico

Tipo de estudio

La investigación a realizar será de tipo descriptiva, ya que fundamentalmente, consiste en caracterizar un fenómeno o situación concreta indicando sus rasgos más peculiares o diferenciadores y es la manera más exacta para realizar un diagnóstico. Esta investigación tiene como objetivo llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas, su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables.

Este tipo de estudio se ha escogido porque en el centro Almendrita no se han realizado trabajos similares.

Enfoque

El enfoque de la investigación será mixto, ya que el tipo cuantitativo nos ayudara a elaborar una recopilación de datos y a la interpretación de los mismos. Este tipo de investigación trata de cuantificar el problema y entender que tan generalizado esta mediante la búsqueda de resultados proyectables a una población mayor. El enfoque cualitativo nos podrá ayudar a desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de datos. Sus métodos de recolección no son estandarizados, ni numéricos (por ende, no aplica procesos estadísticos).

Universo

El pre-escolar almendrita, cuenta con un universo de 19 alumnos en total, todos infantes, por tal razón no se podrá trabajar con ellos directamente, pero si con un representante de cada uno en este caso un padre de familia, también en el laboran 2 maestras y una conserje.

Por tratarse de un trabajo en el que se está estudiando la comunicación del centro, también se tomara en cuenta la opinión de la población aledaña al sector (300 habitantes).

Muestra

Del universo antes mencionado se les aplicará, encuesta a 19 padres de familia, a las 2 docentes y a 100 habitantes del barrio, estas cifras se obtuvieron a través de una calculadora muestral. El tipo de muestreo será decisional, debido que los elementos de la muestras son seleccionados de una población por los entrevistadores que usan su propio criterio para decidir cuáles son los informantes representativos.

Criterios de selección

Directora del centro: Es una persona clave, ya que es quien maneja toda la información y los acontecimientos del preescolar, y es la encargada principal de comunicarse con los padres de familia.

Docentes: Están en comunicación constante con la directora del centro por ende manejan cierta información del mismo, además también están en contacto con los padres de familia y los estudiantes.

Padres de familia: Son quienes nos darán una visión más clara de cómo es la comunicación del centro, son quienes dirán si la comunicación es fluida y constante.

Pobladores aledaños: Ellos darán una visión general sobre la comunicación externa del centro, y si el centro se da a conocer, el requisito que debe cumplir los pobladores encuestados corresponde a que conozcan previamente la existencia del centro educativo Almendrita.

Unidad de análisis o estudios

La presente investigación tiene como objetivo analizar el flujo de comunicación del preescolar Almendrita y de esta manera recolectar información sobre fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del centro, realizar un diagnóstico comunicacional que de paso a las propuestas de estrategias de comunicación para la mejora del flujo comunicacional del centro.

Se tomara en cuenta la opinión tanto del personal del centro, padres de familia y la población aledaña ya que se necesita saber qué imagen refleja o que tan posicionado está el preescolar en el barrio.

En esta fase identificaremos los temas de cada entrevista, las ideas y se hará reducción de datos. Después se revisara toda la documentación de manera general asegurándose que la información este completa.

Técnicas y procedimientos de recolección de datos.

El primer paso a realizar será visitar el centro para establecer un día de visita donde se realizará una reunión con los padres y los maestros. Una vez fijado el día se procederá a realizar una entrevista a los involucrados.

Debido a que el pre-escolar Almendrita esta segmentado por padres, docentes y población aledaña, se hará un formato diferente para cada grupo.

Las entrevistas serán de tipos semi-estructuradas, ya que previamente se formularan las preguntas, también de manera presenciada con los docentes y autoridad del centro serán útil para la realización del análisis FODA, ya que este es primordial para partir a hacer las estrategias.

De igual manera la opinión de los padres y pobladores será de gran ayuda para conocer la situación de la comunicación externa y también proponer estrategias.

A los pobladores aledaños y a los padres se les realizara una encuesta, ya que con esta se pretende reunir datos sobre el centro educativo Almendrita, también para saber la opinión pública/externa de este centro.

Instrumentos de medición

Observación: Este es un elemento fundamental de cualquier proceso investigativo, en donde consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho caso y tomar la

información y registrarla para su análisis. El investigador sabe que quiere observar y para que quiere hacerlo.

Entrevista: La entrevista es una técnica indispensable porque permite obtener datos de una manera más fácil. Esta consiste en un dialogo entre el entrevistador y el entrevistado para obtener información útil y deseada por el informante. Se emplea cuando la población es pequeña y manejable.

Encuesta: Es una manera fácil y rápida de obtener información a través de datos valiosos para la investigación. El investigador recopila datos por medio de un cuestionario previamente diseñado, con el fin de conocer estados de opinión, ideas, características o hechos específicos.

Plan de tabulación y análisis

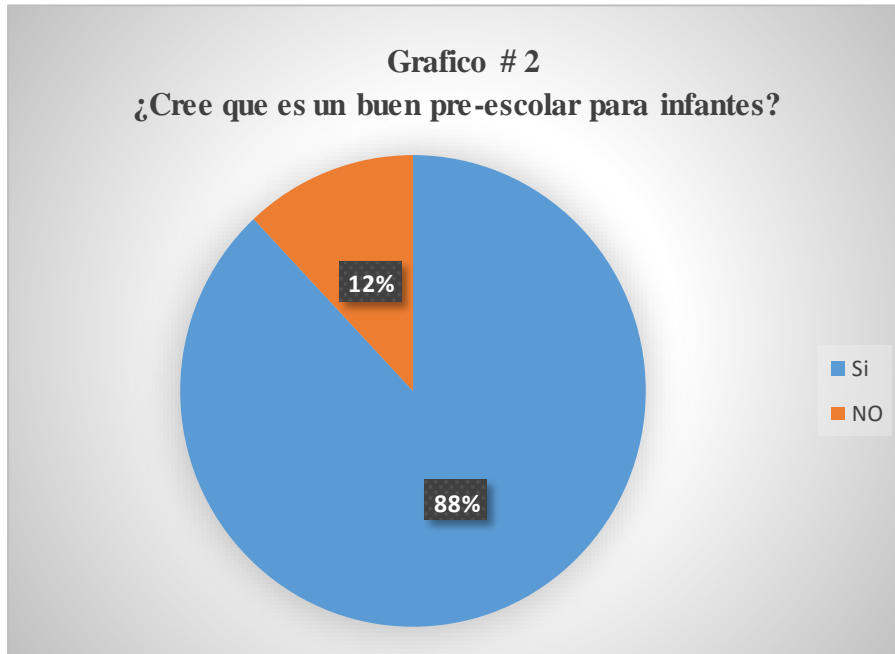
Con los datos obtenidos se diseñara la base de datos correspondiente, para esto se utilizara el sistema estadístico de EXCEL. Una vez que se haya realizado el control de la base de datos, se realizara el análisis de gráficos.

De acuerdo a la naturaleza de cada una de las variables (cuantitativas o cualitativas) y guiados por los objetivos de la investigación, se realizaron los análisis correspondientes, entre ellos: a) Análisis de entrevistas, b) Análisis de encuestas. Además se construyeron gráficos de tipo pastel y barra.

Análisis y Discusión de Resultados

- **Diagnóstico comunicacional que permita conocer la situación comunicacional del pre-escolar Almendrita.**

2. ¿Cree que es un buen centro escolar para infantes?

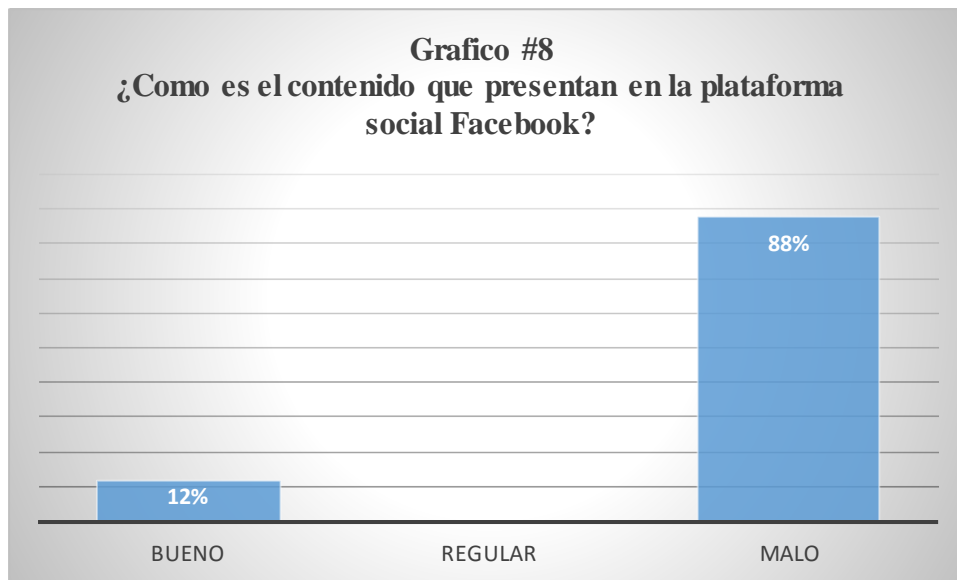


La mayoría (88%) de la población opina que es un buen pre-escolar para los niños, ya que está cerca del lugar y sus docentes son capacitados para impartir educación y/o clases de calidad, también valoran que es una gran ventaja que los estudiantes cuando se promocionan de tercer nivel ya pueden leer y escribir. El preescolar es privado, pero no es impedimento para que los niños puedan asistir a sus aulas de clases, según la población los precios son accesibles al público y sobre todo al ingreso familiar de los nicaragüenses.

El pre-escolar, también ofrece el servicio de guardería y esto la población lo ve como un beneficio para aquellos padres que no cuentan con una persona de confianza para el cuide de sus hijos después de sus horario escolar.

Por otra parte la minoría (12%) opina que no es un buen pre-escolar, porque su infraestructura es muy pequeña en comparación con los otros centros educativos aledaños, a la vez consideran que el pre-escolar al ser un negocio familiar se aprovecha para lucrarse de los padres. Opinan que si las instalaciones fueran más amplias los niños tendrían más espacio de recreación.

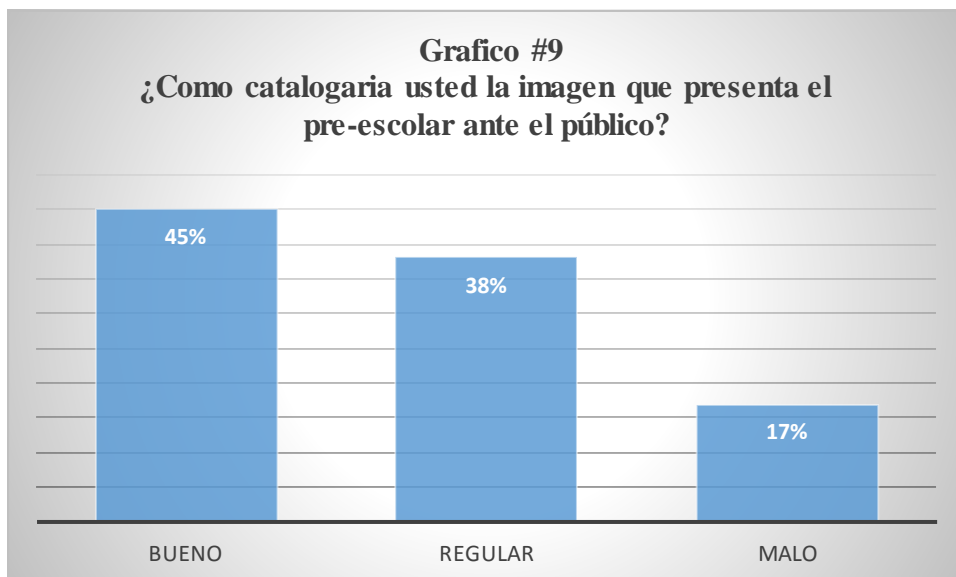
1. ¿Cómo es el contenido que presentan en la plataforma social Facebook?



La mayoría de los pobladores aduce no conocer la plataforma social Facebook, porque no es muy publicitada por el pre-escolar, por lo tanto no podrían opinar como es el contenido que presentan en el Facebook del preescolar, así mismo señalaron que sería bueno que las autoridades del centro dieran a conocer públicamente la información del pre-escolar por medio de esta red social.

Así mismo la población restante dice conocer el Facebook del pre-escolar Almendrita, cabe recalcar que dichas personas conocen dicha página, porque tienen familiares que se mantienen en contacto con el pre-escolar o han sido estudiantes del centro.

2. ¿Como catalogaría usted la imagen que presenta el pre-escolar ante el público?

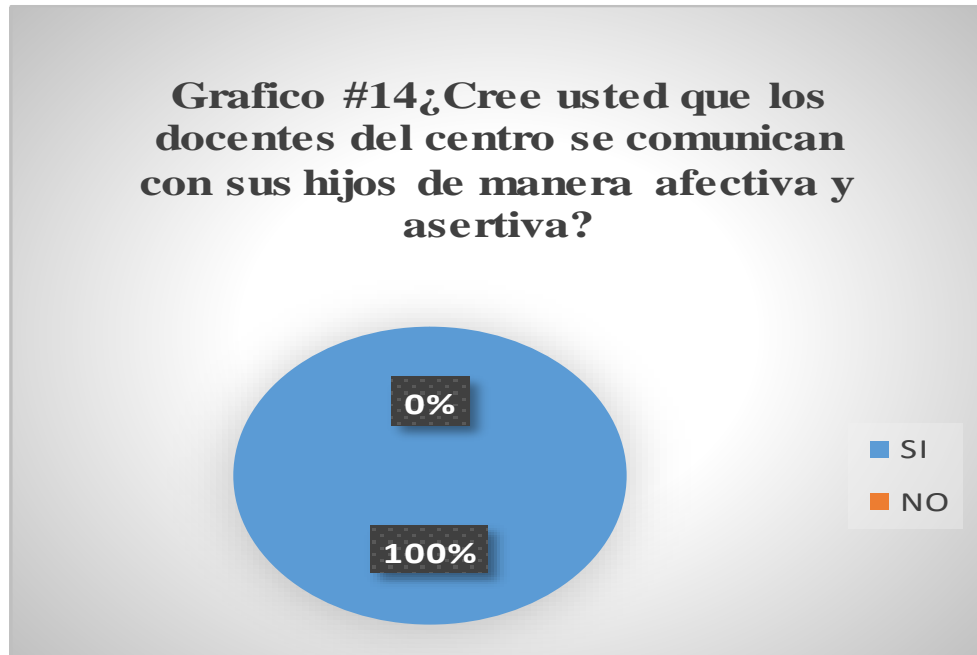


El 45% de la población cataloga que el pre-escolar presenta una buena imagen, porque a través de los años ha mejorado la calidad de educación de los niños y ven como positivo el servicio de guardería ya que no todos cuentan con personas encargadas en el hogar para el cuidado de sus hijos y en su mayoría los padres trabajan de 8 a 12 horas diarias, y en la guardería les dan alimentación y seguimiento en sus tareas.

Un 38% lo posiciona como regular ya que el pre-escolar no se da a conocer en los demás sectores aledaños y piensan que el cambio de ubicación del colegio afecta su imagen ya que antes estaba situado en una calle más céntrica y comercial y ahora está al final de la calle y cerca de muchos callejones.

El 17% de la población encuestada opina que la ubicación del pre-escolar es muy insegura debido a que se encuentra cerca de muchos callejones y cerca del preescolar deambulan muchos bebedores consuetudinarios afectando la imagen del centro, también aseguran que el espacio reducido afecta a los niños en la educación y recreación y aseguran que un niño se desarrolla mejor en un espacio más amplio.

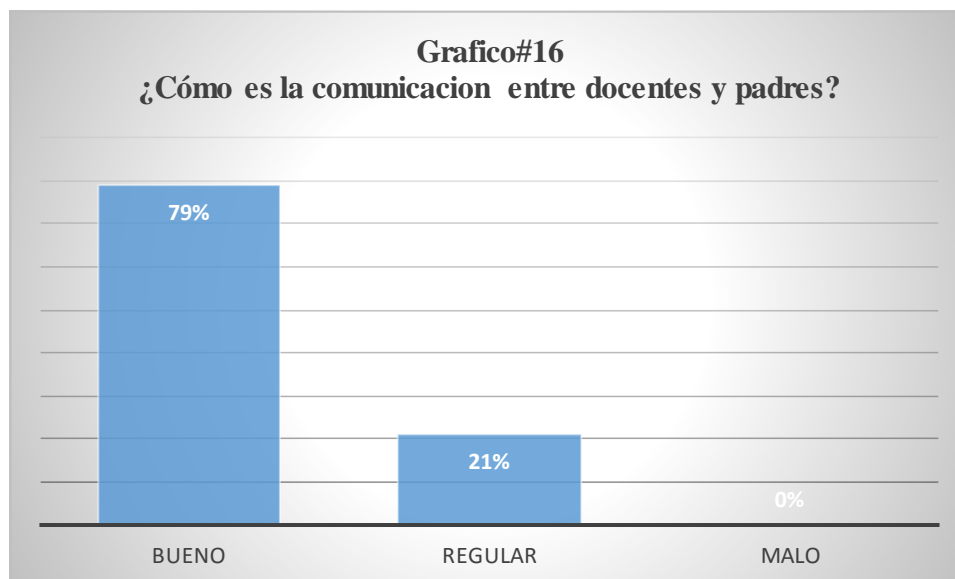
14. ¿Cree usted que los docentes del centro se comunican con sus hijos de manera afectiva y asertiva?



Todos los padres de familia concuerdan que el trato a sus hijos es excelente ya que nunca se han visto casos de maltrato infantil de parte de los docentes, ni de niño a niño incluso felicitan y admiran el esfuerzo y paciencia diario de los docentes.

Los padres creen que sus hijos están en buenas manos ya que se trata de 19 alumnos bajo el dominio y supervisión de 2 maestras, que hacen con amor y pasión su trabajo y dan fe de la gran vocación que tienen para enseñar e inculcarles valores a sus hijos.

16. ¿Cómo es la comunicación entre docente/padres?

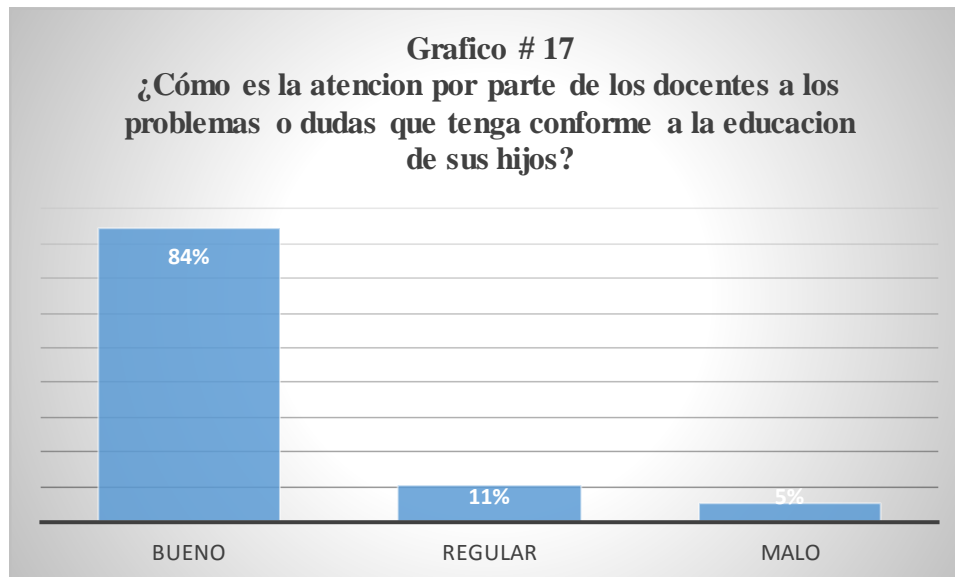


La mayoría de los padres concuerdan que tienen buena comunicación con los docentes, debido a que estos les hacen saber cuándo existe algún problema con sus hijos, también cuando hay reuniones se les hace saber a los padres.

Hay padres que trabajan y llegan rápido a dejar a sus hijos, por esta razón los docentes les comunican las actividades escolares por medio de mensajes de texto, es así como los padres califican de excelente la comunicación entre ambos.

El 21% de los padres afirma que la comunicación con los docentes es regular porque les avisan por medio de mensajes de texto (WhatsApp) y no todos cuentan con WiFi o un plan de datos para leer a la inmediatez el comunicado del pre-escolar, incluso dándose casos donde se enteran al último momento de las actividades planificadas.

17. ¿Cómo es la atención por parte de los docentes a los problemas o duda que tenga conforme a la educación de sus hijos?

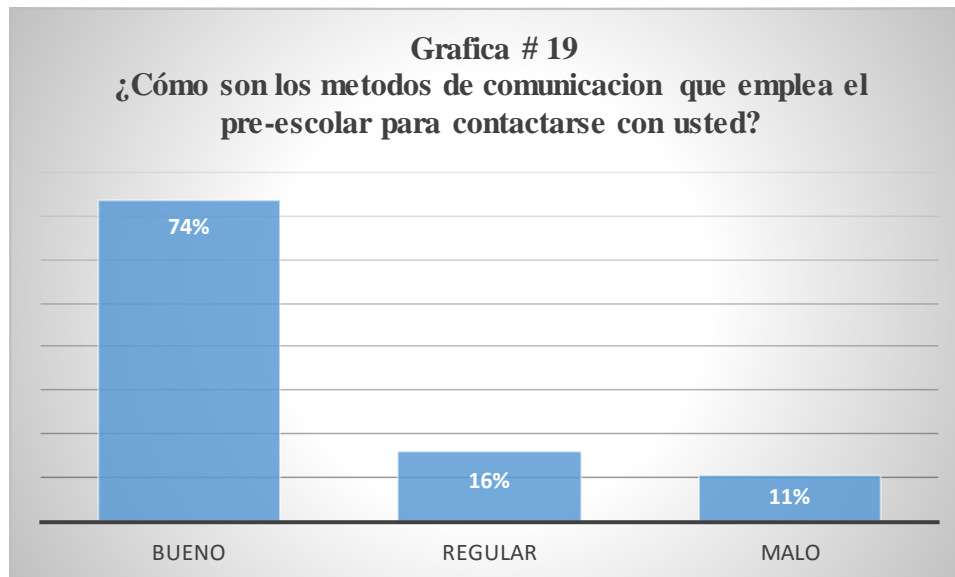


La mayoría de los padres coinciden que los docentes les dan a saber cuándo existe algún problema educativo con sus hijos, también ellos están disponibles ante cualquier duda que tengan los padres con respecto a sus hijos y a las actividades escolares.

Un 11% califica la atención de los maestros como regular debido que a veces se dan a conocer los problemas un poco tarde afectando de esta manera el desarrollo de las tareas de los niños

El 5% aduce no darse cuenta de los problemas de sus hijos en el momento si no hasta el día de reunión cuando ya es demasiado tarde, pero tomamos la contra parte ya que los que califican esto son los padres que llegan apresurados a traer y a dejar a sus pequeños y no se toman unos minutos para preguntar sobre el comportamiento de ellos.

19. ¿Cómo son los métodos de comunicación que emplea el pre-escolar para contactarse con usted?



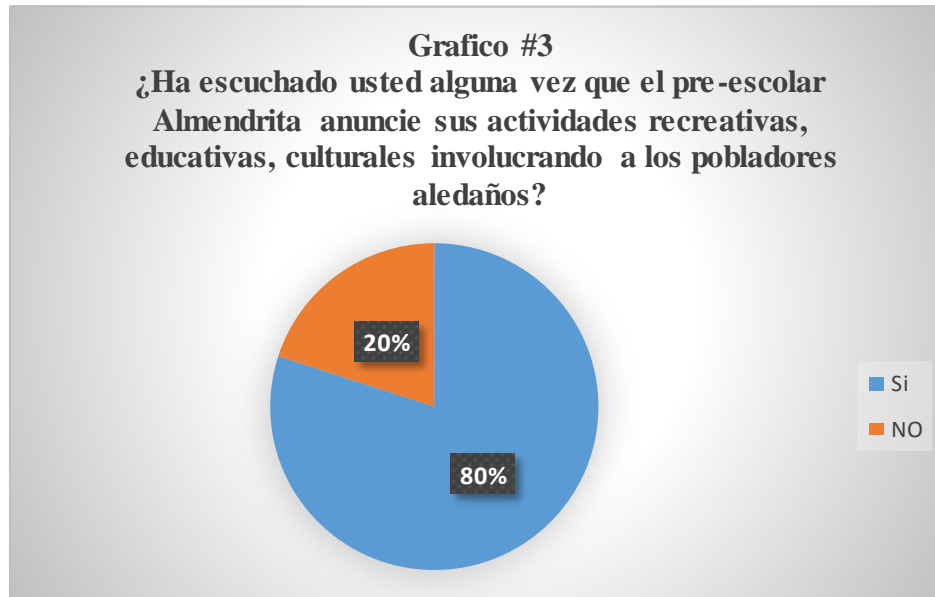
El 74% de los padres valoran como buenos los métodos de comunicación ya que han tenido efectividad a lo largo de los años ya sea por medio de redes sociales como Facebook y WhatsApp o de manera presencial.

El 16% opinan que es regular ya que a veces no se les brinda la información completa o necesaria a pesar que existen los métodos antes mencionados y esto inquieta un tanto a los padres quienes quieren estar al tanto de los problemas o dudas acerca del comportamiento o desarrollo de sus hijos.

Por ultimo pero no menos importante existe un 11% de los padres que no está satisfecho con los métodos de comunicación, ya que aseguran que la manera más correcta de comunicarse es personalmente debido a que esta crea un vínculo especial entre los padres y los maestros y crea más confianza en los mismos, incluso coincidieron en que un aparato (teléfono celular) jamás será mejor que una plática amena entre un padre y un maestro.

- **Fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que presenta el preescolar en sus procesos comunicacionales.**

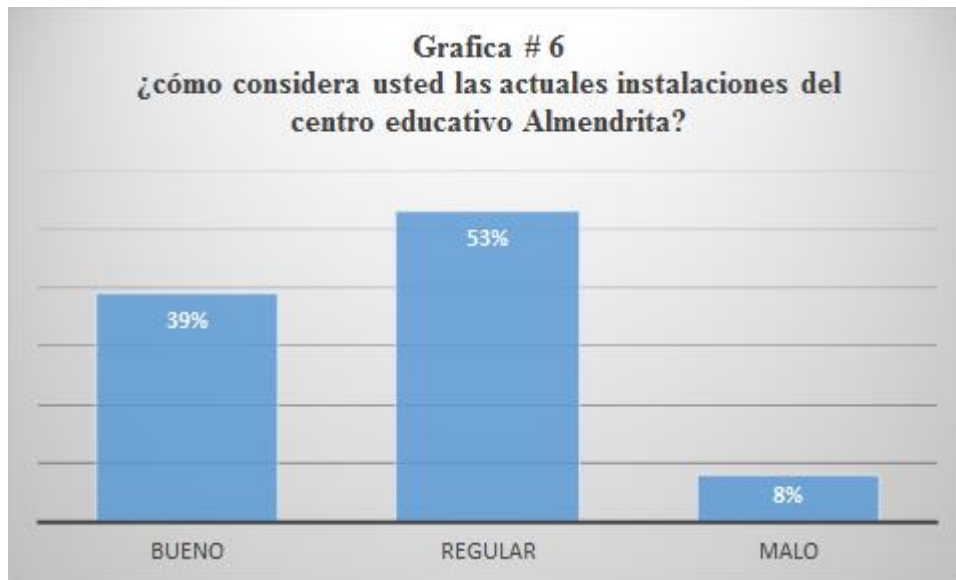
3. ¿Ha escuchado usted alguna vez que el pre-escolar Almendrita anuncie sus actividades recreativas, educativas, culturales involucrando a los pobladores aledaños?



El pre-escolar Almendrita hace notar su presencia en el sector ubicado, parte de ello lo dice el 80% de la población aledaña quienes señalan que el pre-escolar anuncia sus actividades y de esta manera invitan a las personas a ser partícipe de las mismas de tal forma que los ciudadanos sean testigos de la formación que se les imparten a estos pequeños, destacan como positivo el hecho que se les inculque a los pequeños, valores culturales y cristianos ya que a fin de año se realiza una purísima en agradecimiento de un año más concluido.

Por otra parte el 20% concluye con que el pre-escolar necesita hacer más publicidad de sus actividades debido que lo que han realizado por el momento no ha tenido un alcance total a la población y muchas veces la información solo llega a las 3 primeras cuadras que rodean el preescolar.

6. ¿Como considera usted las actuales instalaciones del centro educativo Almendrita?



La mayor parte de la población (53%) califica como regulares las instalaciones del centro, expresan que el espacio donde están ubicados muchas veces hace que pase por desapercibido porque parece una casa de habitación. Sin embargo consideran que el centro cuenta con el material necesario para el desarrollo de los niños.

El 39% dicen que las instalaciones son buenas pero coinciden en que pueden mejorar pero a la vez señalan que todo es parte de un proceso y que una remodelación lleva tiempo y dinero y quizás esos sean los factores que impiden avanzar al centro.

Un 8% señaló que las instalaciones son malas debido que se encuentra cerca de varios callejones donde permanecen algunos consumidores de alcohol y esto hace que se genere un ambiente de inseguridad, también señalaron que podrían mejorar su imagen manteniendo más aseada la acera del centro ya que a veces permanece basura y esto no causa una buena impresión,

11. ¿Le gusta el tipo de enseñanza impartida a sus hijos por el centro?

Grafica #11

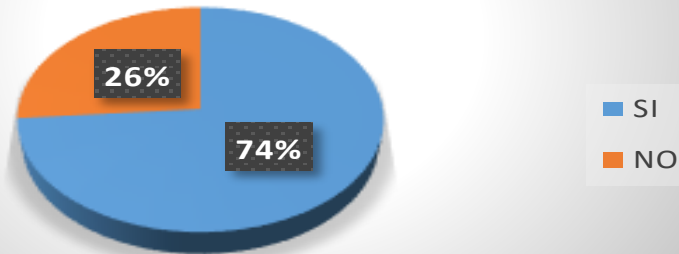
¿le gusta el tipo de enseñanza impartida por el centro?



Todos los padres están satisfechos con la educación que se les imparte a sus hijos, aplauden la gran labor que día a día realizan las docentes y agradecen el amor y la paciencia con la que forman a sus hijos. Resaltan y valoran como positivo que a sus pequeños se les enseñe desde temprana edad a exponer ya que crean y forman al infante con mayor seguridad y esto les ayuda de gran manera cuando pasan a la siguiente etapa de su educación.

15. ¿Colabora con las actividades que realiza el centro en pro de mejorar su imagen?

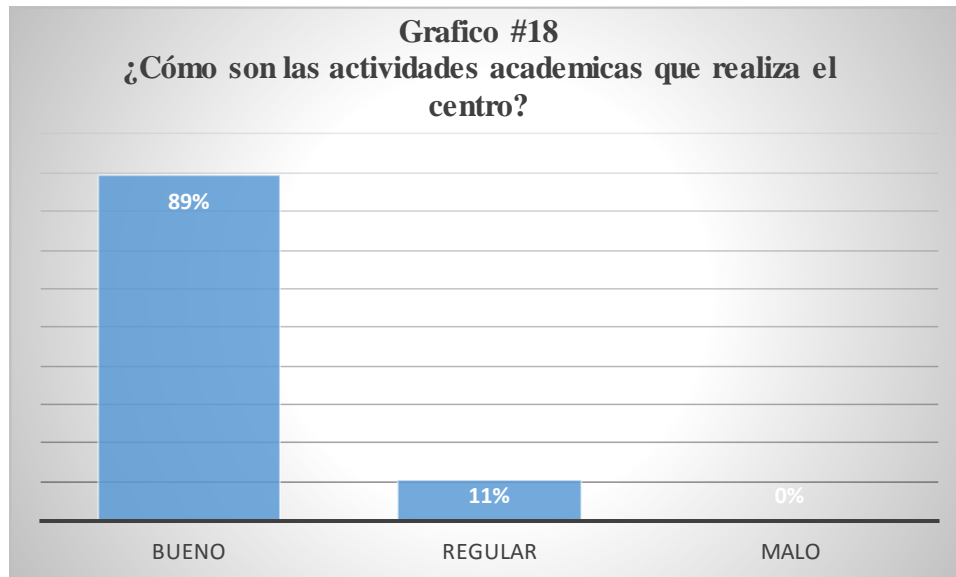
Grafica # 15
¿Colabora con las actividades que realiza el centro en pro de mejorar su imagen?



Al momento de ayudar al crecimiento del preescolar sin duda alguna la mayoría de los padres los hace sin ningún problema y esto lo refleja el 74% que contestó de manera positiva, señalando que esa colaboración es por y para el futuro de sus hijos y el futuro del país ya que concuerdan con la idea de que la etapa preescolar de un niño es lo que marcará el futuro del mismo y si el niño crece en un entorno saludable y armonioso con una buena educación será una persona de bien.

Un 26% de los padres opina que las mejoras y el crecimiento del centro es responsabilidad de las autoridades que lo coordinen y depende del manejo que se le dé a los ingresos monetarios se verán si realmente se invierte o no en pulir su imagen al público.

18. ¿Cómo son las actividades académicas que realiza el centro?

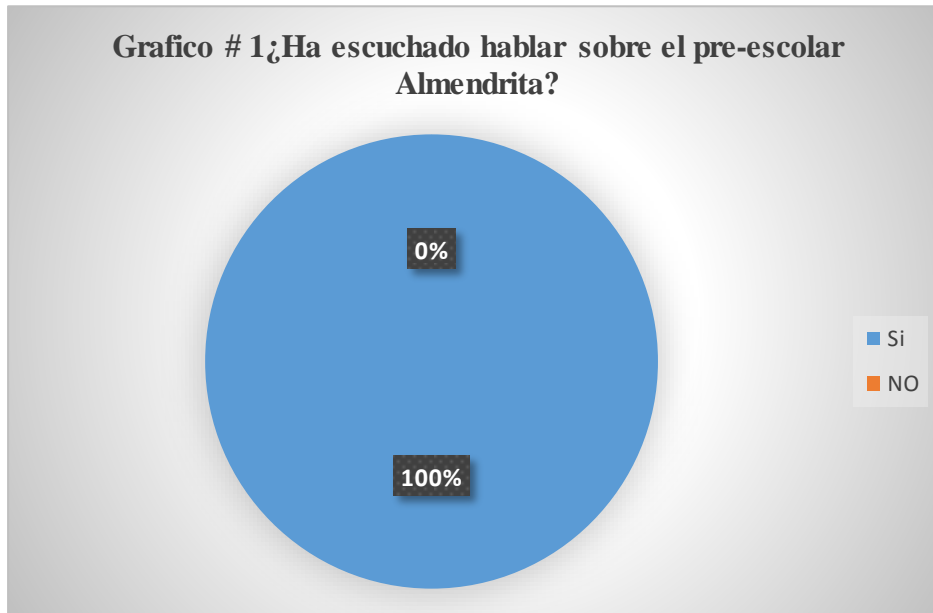


El 89% de los padres concuerdan con que las actividades que se realizan en el centro son buenas ya que no solo son recreativas si no que dejan un aprendizaje muy valioso en sus hijos y muchas veces los involucran a ellos creando así un mayor vínculo de confianza de tal manera que se sienten parte de la formación de sus hijos. También resaltaron que son actividades muy bien organizadas en las que se implementan diferentes técnicas didácticas para integrar a todos los niños.

El 11% las cataloga como regulares por lo que algunas veces se les avisan muy contra el tiempo y por tal razón no pueden presenciar las actividades debido que en su centros de labores los permisos deben solicitarse con tiempo.

- **Estrategias de comunicación para fortalecer las relaciones de comunicación en el centro educativo Almendrita.**

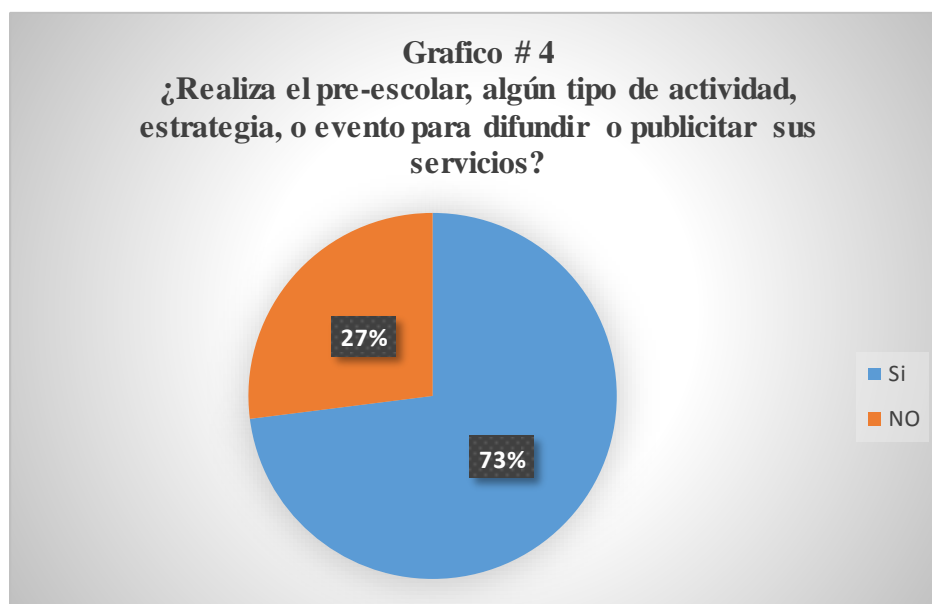
1. ¿Ha escuchado hablar sobre el pre-escolar Almendrita?



El 100% de las personas encuestadas conocen el centro y afirman que por años se ha dedicado a formar con la mejor calidad a sus estudiantes, con el cambio de educación ha disminuido un poco la demanda ya que su anterior ubicación por muchos años incluso fue punto de referencia cabe recalcar que el centro tiene 27 años formando infantes a pesar que cuenta con competencia a su alrededor.

Algunos habitantes cuyos hijos estudiaron en el centro destacan que sería bueno que el centro realice más publicidad, pues aseguran que sus docentes están verdaderamente capacitadas para instruir a los infantes, incluso ex estudiantes que ahora son padres de familia guardan consigo gratos recuerdos de donde pasaron los mejores momentos de su infancia.

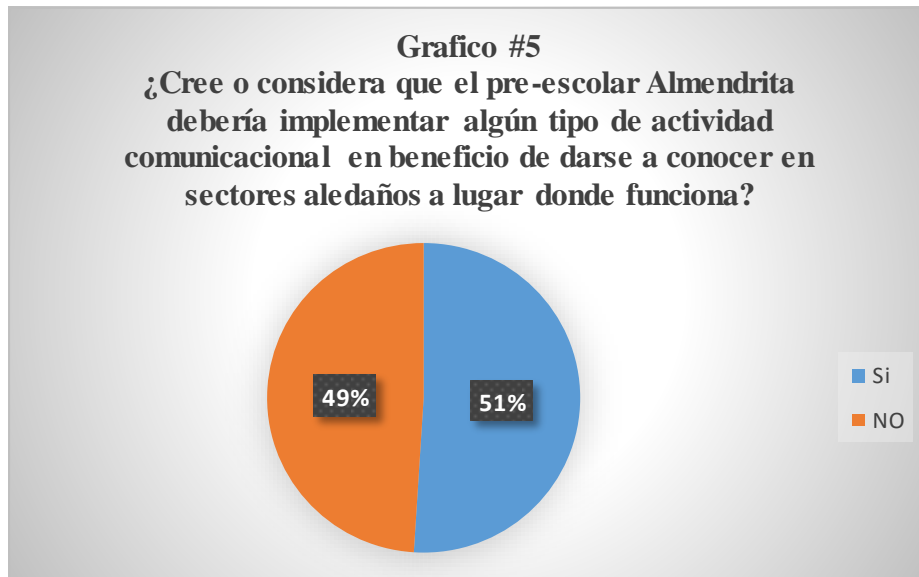
4. ¿Realiza el pre-escolar, algún tipo de actividad, estrategia, o evento para difundir o publicitar sus servicios?



El 73% de la población está de acuerdo en que el pre-escolar realiza propaganda a dicha institución, por ejemplo nombraban que al inicio del año escolar distribuyen volantes en los sectores aledaños y que en una ocasión colgaron dos mantas anunciando sus matrículas del preescolar y ofreciendo el servicio de guardería. A la vez reiteraron que deberían hacer más uso de las tecnologías y realizar publicidad mediante las redes sociales. Los pobladores comentaron que el pre-escolar solo realiza eventos cuando hay alguna actividad dentro del periodo de clases, pero no hacen eventos para ofertar matriculas para el año escolar.

Por otro lado el 27% de la población dice desconocer de alguna actividad publicitaria que realice el pre-escolar, no tienen conocimiento de volante, ni mantas publicitarias, ni rótulos, es por eso que los pobladores hacen el llamado al centro de estudio que a la hora de repartir volantes sean más extensos en los territorios que abarcaran. Existe gente que ni siquiera ha visto un volante en los 27 años que lleva laborando el centro y los que han tenido en sus manos algún volante hacen referencia a que el pre-escolar debería responder los whatsApp para atender mejor a la población.

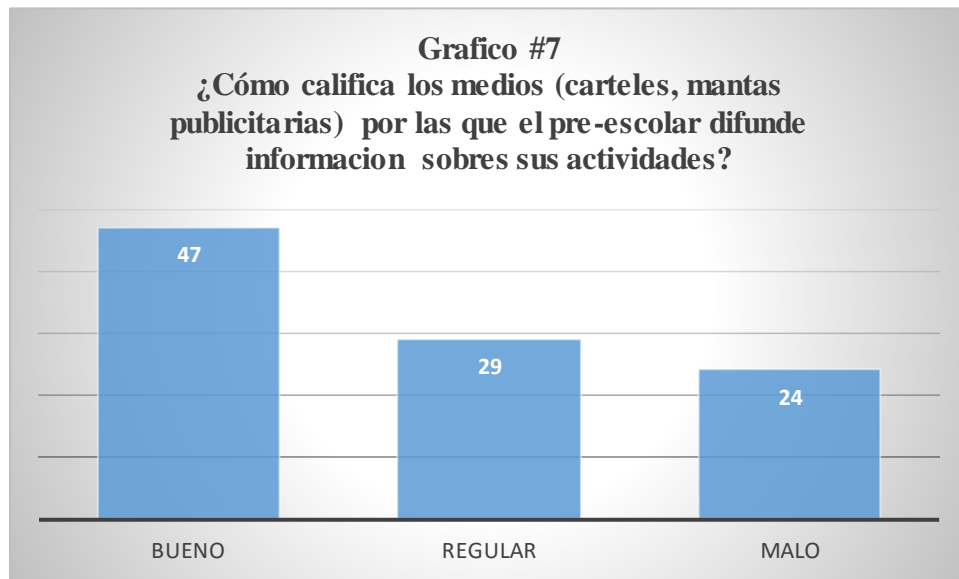
5. ¿Cree o considera que el pre-escolar Almendrita debería implementar algún tipo de actividad comunicacional en beneficio de darse a conocer en sectores aledaños a lugar donde funciona?



La mayoría (51%) de la población asegura que el pre-escolar debería darse a conocer más a la población y posicionarse como el número 1 del sector y para esto deberá el centro implementar estrategias de comunicación y sobre todo tener una buena publicidad y poder de convencimiento a sus futuros clientes. La población afirma que la mejor manera de comunicar y transmitir información es a través de boca en boca, pero como los tiempos han cambiado y la tecnología ha evolucionado el pre-escolar. También debe de progresar e ir a una radio local para ofertar sus servicios educativos.

El 49% de la población lamenta que el pre-escolar sea muy pequeño de infraestructura y lo ve como limitante de progreso es por eso que creen que dicho centro no debería salir del barrio y conformarse con los pocos estudiantes que poseen. De igual manera ven como pérdida de tiempo que el centro escolar vaya a una radio u otro medio de comunicación a ofertar sus servicios de preescolar y guardería, a la vez consideran que no deben publicitar más el centro y no entregar más volantes de los que reparten en la zona.

7. ¿Cómo califica los medios (carteles, mantas publicitarias) por las que el pre-escolar difunde información sobre sus actividades?

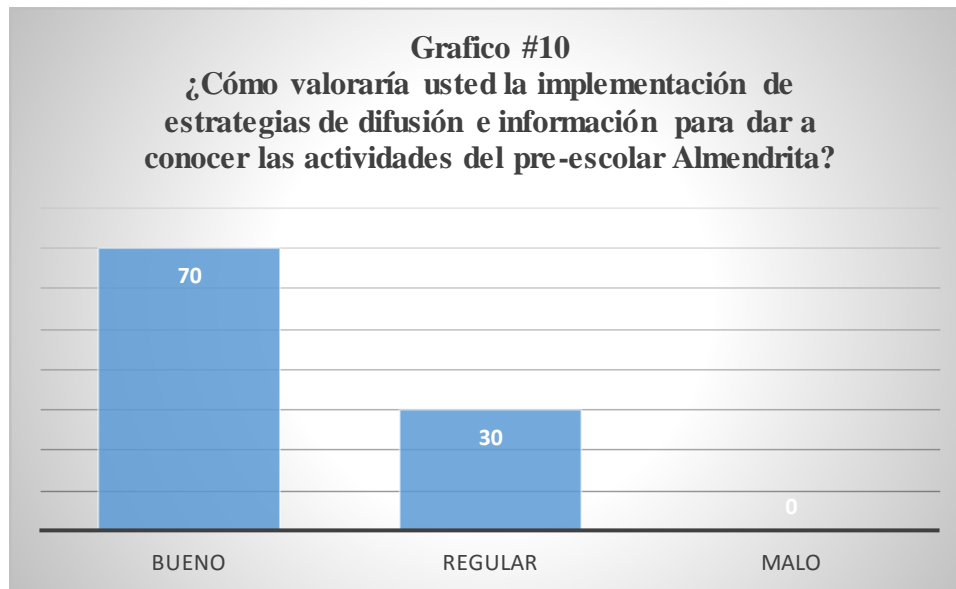


La mayoría de los pobladores ve de buena manera que el pre-escolar oferte sus servicios, a través de objetos que ellos puedan visualizar de una mejor manera y sobre todo que ellos puedan leer bien lo que ofertan. Consideran que las mantas publicitarias son un buen elemento para que los padres interesados puedan llegar a preguntar sobre las modalidades del pre-escolar.

Por otro lado, otra parte de la población califica esta manera de difundir información del pre-escolar como regular, ya que para ellos sería mejor que entregaran volantes de casa en casa y colgaran más mantas publicitarias en lugares más concurridos por la población y no en lugares que la población no se puede detener a leer lo que dice en dichas mantas.

Otro sector de la población cataloga esta manera de transmitir información como una mala idea, ya que el pre-escolar es muy pequeño y no tiene capacidad para muchos niños y piensan que si se repartieran más volantes y se colgaran más mantas captarían la atención de más padres de familias y el centro no daría abasto para tantos niños. Además aseguran que el centro cambio de dirección y en la antigua casa no pusieron un rotulo con la nueva dirección y muchos padres van a la antigua dirección a solicitar información del centro y nunca los atienden, porque no hay gente en la casa, ni rotulo que advierta que el preescolar se mudó de casa.

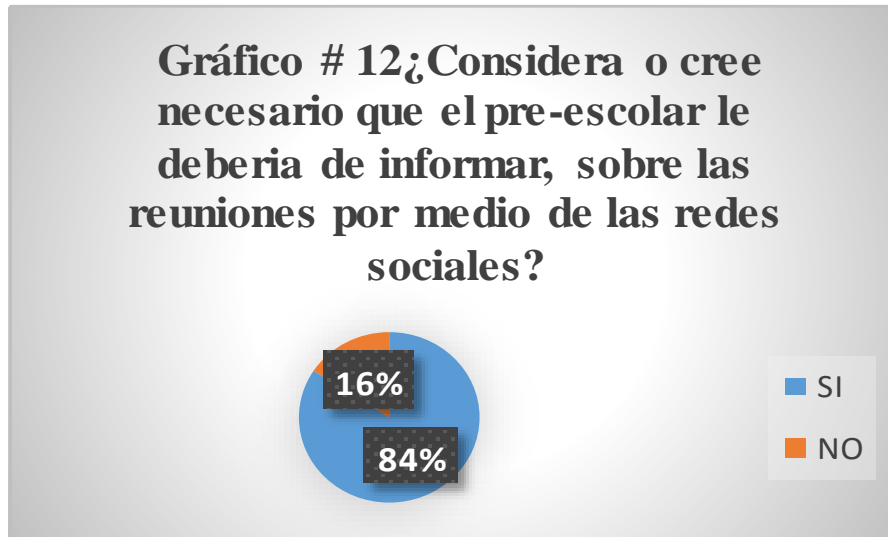
3. ¿Cómo valoraría usted la implementación de estrategias de difusión e información para dar a conocer las actividades del pre-escolar Almendrita?



La mayoría de la población encuesta está de acuerdo que el pre-escolar impulse nuevas estrategias de comunicación y difusión para cuando exista una actividad, ya que de esta manera se involucra la participación ciudadana y a la vez los vecinos puedan cooperar con las actividades, así los niños van creciendo y observando la ayuda y compañerismo que existe en el sector. Aseguran que con la implementación de nuevas estrategias el pre-escolar podría tener más niños a quienes les impartirían clases.

La otra parte de la población ve de manera regular esta iniciativa, porque aseguran que en el sector no ayudan con estas actividades, ya que nunca tienen tiempo para compartir con los vecinos. También temen que al implementar nuevas estrategias comunicacionales los otros preescolares queden por debajo del pre-escolar Almendrita.

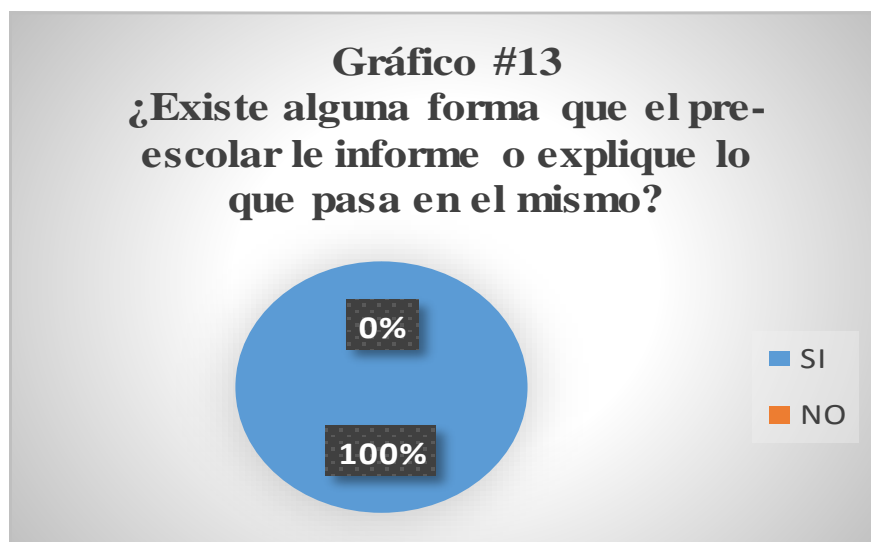
12. ¿Considera que el pre-escolar le debería de informar, sobre las reuniones por medio de las redes sociales?



La minoría de padre no cree necesario que se le informe por medio de las redes sociales, ya que no todo el tiempo pueden tener en sus móviles internet, ya que esto significa otro gasto monetario y si fuese así ellos no sabrían lo que acontece en el preescolar a la inmediatez, sino que se darían cuentas de las reuniones ya con el tiempo medido, lo que ocasionaría problemas comunicacionales y problemas con los infantes, puesto que los padres no serían oportunos con los problemas o necesidades de sus niños.

Por otro lado la mayoría de los padres considera que las redes sociales son otra manera de comunicarse a la inmediatez, además ellos están en constante uso de las redes sociales, ya sea por cuestiones laborales o por pasatiempo. Además confían que estamos en la era tecnológica y virtual y que el preescolar debe sacar provecho de lo anterior mencionado.

13. ¿Existe alguna forma en que el pre-escolar le informe o explique lo que pasa en el mismo?

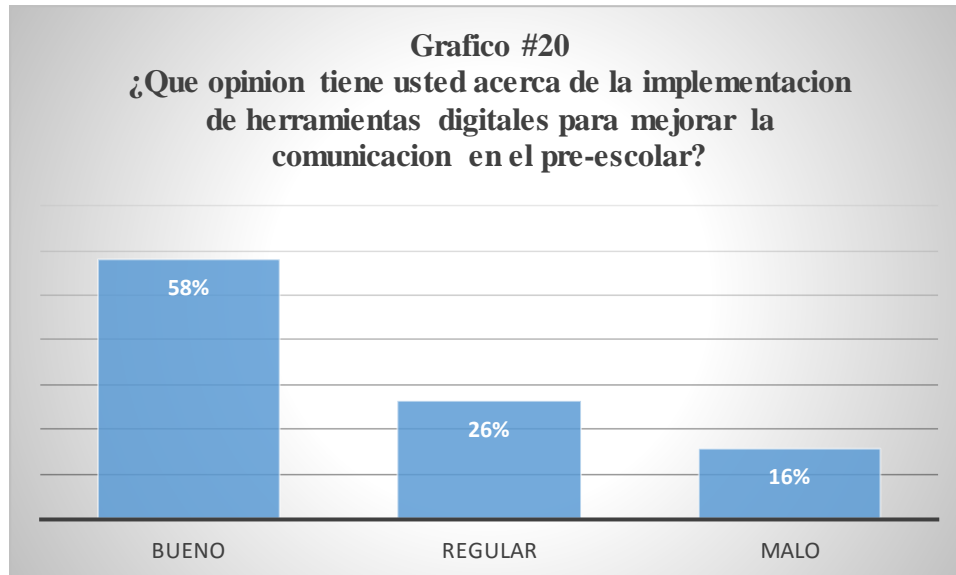


Todos los padres concuerdan que siempre existe alguna manera en que los docentes le informen lo que ocurre con la institución y los niños. Esto mediante mensajes, llamadas y personalmente cuando llegan a dejar o traer a sus infantes del preescolar y guardería.

También comentan que el preescolar cuelga en la plataforma social Facebook múltiples fotos de sus hijos, ya sea en horas de clases o cuando están realizando actividades de recreación. Aseguran que esta plataforma es de gran ayuda para ellos, porque así se dan una idea de cómo es el comportamiento de sus hijos y como pueden ir con las clases.

Los padres consideran que la comunicación en el preescolar y guardería es muy fluida y recíproca, ya que siempre están en contacto los padres con los docentes. Es por eso que ningún padre contestó negativo ante la encuesta.

20. ¿Qué opinión tiene usted acerca de la implementación de herramientas digitales para mejorar la comunicación en el pre-escolar?



La mayoría de la población ve de buena manera que se implementen herramientas digitales para mejorar la comunicación , porque la buena comunicación es la base de toda persona y negocio. Además consideran que con estas nuevas herramientas los padres estarían más satisfechos y se informarían mejor de lo que acontece en el centro con sus hijos.

El 26% opino que la implementación de nuevas herramientas digitales para mejorar la comunicación seria regular, ya que piensan que el preescolar no debe centrarse solo en la comunicación, también deberían publicitar más seguido sus servicios y buscar un area más grande para impartir clases a los infantes.

El 16% de la población opina que esta idea es muy mala y no daría bola como lo dice el popular nicaragüense, debido a que el preescolar está situado casi al final de la calle y es pequeño, por lo tanto las informaciones deberían de ser de boca en boca y no gastar tanto en nuevas herramientas digitales para mejorar la comunicación. Aseguran que ni circular le deberían de entregar a sus alumnos, reiteran que sería un gasto innecesario por lo que son pocos alumnos, piensan que al ser pocos niños los mensajes no se decodificarían al transmitirse de una persona a otra.

Análisis de las entrevistas, realizadas a docentes del preescolar Almendrita

El siguiente análisis es elaborado a partir de las respuestas brindadas por los docentes del centro a quienes se les interrogó sobre la manera en como el centro está capacitado para atender las necesidades de la comunidad estudiantil para quienes prestan sus servicios; de igual manera ahondaremos un poco en la información que sus trabajadores conocen del centro y de esta manera poder realizar un diagnóstico y estrategia comunicacional del preescolar.

Los maestros dijeron sentirse satisfechos con la labor que ejercen, a pesar que esta sea muy agotadora, de igual manera expresaron tener una buena relación con sus estudiantes puesto que para ellos es satisfactorio ver el avance que los infantes van obteniendo día con día, dijeron sentirse muy capacitados al momento de tratar con los infantes y recalcaron que la labor de maestro no es solamente pararse frente al grupo a dar la lección, si no tener la vocación de atender a los niños con afecto y cariño y de esta manera crear un vínculo de confianza que haga que los niños crezcan y se desarrollen con seguridad.

También destacaron que al momento de enseñar a un niño hay que tomar en cuenta, que cada niño tiene un ritmo diferente de captación por lo que el centro se mantiene en constante implementación sobre técnicas de educación y aseguran que estas técnicas son claves para que cada niño pueda tener un mejor desempeño y rendimiento escolar.

A la vez destacaron que la inclusión y uso de nuevas tecnologías aceleraría un poco el proceso de aprendizaje, pero aseguraron que estas deben de ser manejadas con cuidado ya que muchas veces resultan ser un arma de doble filo, pero no descartan la importancia de poco a poco ponerlas en prácticas, de igual manera reconocieron que en el centro no se brindan capacitaciones tan completas sobre el uso y manejo de herramientas digitales por lo tanto hasta el momento lo único digital que manejan son lecciones a través de videos educativos.

Cuentan que al momento de comunicarse con los padres de familia la mayoría de veces lo hacen a través de reuniones presenciales en el centro y que muy pocas veces hacen uso de redes sociales puesto que el conocimiento que tienen sobre estas lo han obtenido “curioseando el teléfono móvil” y no porque en el centro se les dé una capacitación para manejar las redes, sin embargo dijeron que tanto a los padres como ellos les gusta la

comunicación de manera directa ya que es más efectiva, porque ni ellos ni los padres de familia siempre cuentan con un plan de datos para internet.

Aseguran que las reuniones con la directiva del centro son constantes y que en ellas se discuten temas que ayuden y aporten al crecimiento del centro, pues cuentan que este surgió de manera familiar y en el casi siempre han laborado las mujeres de la misma; el centro siempre ha sido pequeño, pero esto no ha sido obstáculo para ser reconocido por la comunidad y para competir con los centros aledaños y destacan que siempre han buscado la manera como seguir luchando para educar a las generaciones venideras.

La manera en las que el centro comunica sus actividades siempre ha sido eficiente pues por tratarse de contar con poco personal es muy fácil divulgar cualquier tipo de información y se hace de manera directa con cada profesor; aseguran que el centro no cuenta con un plan de emergencia ante una crisis comunicacional pues aseguran que esto a veces resulta un poco costoso y no cuentan con muchos fondos para contratar un especialista que se encargue de trabajar y pulir su imagen para proyectarla al público.

Entrevistadas: Sandra Medina y Mónica Laguna.

Managua, 24 de Octubre de 2017

Análisis de las entrevistas, realizada a la directora del preescolar Almendrita

El presente análisis es elaborado conforme a la entrevista realizada a la directora del preescolar, las respuestas nos servirán de guía para la elaboración del diagnóstico y estrategia, ya que aquí se plantean las inquietudes, necesidades y opinión de la directora.

La dirección del centro asegura que las reuniones del centro entre docentes se realizan en un promedio de cada mes, para poder valorar todos los problemas que han superado en dicho mes y los que no han podido superar, también se realizan las reuniones para conversar como están los avances con los niños, con quienes están teniendo problemas y cuáles de los niños obtiene excelencia académica.

Los medios comunicacionales que se emplea para comunicarse son, a través de los mensajes de texto y de boca en boca, este último es el más efectivo, ya que es de manera personal, porque los mensajes de texto por problemas de red no pueden llegar hasta su destinatario. Algunas veces se comunican por medio de llamadas telefónicas, debido a que es una manera fácil y rápida de comunicarse.

El centro educativo se caracteriza por realizar diversas actividades e involucrar a sus alumnos para que estos participen y se recreen en dichas actividades. Cuando se realiza el desfile patrio los niños se alegran y aglomeran, porque quieren que sus padres los vean bailar y tocando tambores. Los padres también se alegran y ayudan a sus niños para que sigan participando en diversas actividades, siempre es bueno contar con el apoyo de los padres, por eso nosotros mantenemos una comunicación fluida y constante, para que ellos estén al pendiente de sus hijos y lo que acontece en el centro. Existen actividades donde los padres deben estar meramente involucrados, debido a que el centro escolar es pequeño necesitamos su ayuda en organización de actividades y su debida decoración.

La dirección del centro maneja poco las herramientas digitales, todo lo que ha aprendido ha sido por su cuenta y explorando su teléfono móvil. Lo que más utiliza en herramientas digitales es el WhatsApp y Facebook, estas redes sociales sirven para comunicarse con los padres y alimentar el Facebook del preescolar Almendrita, es aquí donde postean fotos y

videos de los niños en clases y en diferentes actividades. Solo se usa lo necesario y lo más fácil, debido a la poca información que se tiene de respectivas redes sociales.

Cuando el centro se encuentra en problemas u obstáculos se dan a conocer mediante las reuniones que se realizan mensual, es aquí en estas reuniones donde damos a conocer todos los casos de problemas que estén relacionados con el centro y los infantes. Estos problemas los dan a conocer los maestros y algunas veces por parte de los padres de familia, en particular cuando se tratan de problemas educativos con sus hijos. Los problemas internos del centro solo se dan a conocer en las reuniones con los maestros, ya los problemas externos son los que se dan a conocer en las reuniones con los padres.

El preescolar oferta sus servicios, a través de mantas publicitarias, aunque solo se ha puesto una vez, ha dado resultados, porque así la gente conoce más sobre el preescolar, en dichas mantas se rotula la dirección y números telefónicos del preescolar, también se reparten volantes a la población aledaña e igual que en las mantas se coloca la misma información. En el Facebook del preescolar se postea información sobre las matrículas y sobre el área de maternal, donde niños después que terminan sus clases se quedan hasta ciertas horas al cuidado de las maestras.

El preescolar y maternal no se encuentra preparado ante cualquier problema de comunicación, la directora del centro considera que ante cualquier fenómeno de esa magnitud trataría de dialogar con los afectados y mediar la situación para que no pase a mayores.

Entrevistada: Sandra Medina.

24 de octubre de 2017

El preescolar Almendrita tiene 27 años de trabajar en la educación inicial de los niños. Se fundó en 1989, su fundadora y directora Reyna Pineda, tomo la iniciativa de abrir un centro escolar para niños por motivos de salud de su pequeña hija; el nombre de dicho centro se debe a un cuento muy querido por la maestra Pineda, llamado “Almendrita”.

Visión del centro educativo.

El centro educativo Almendrita, será reconocido por la comunidad como institución líder en educación, gracias a los estándares de calidad y el modelo pedagógico para el progreso intelectual, cultural y social de la infancia.

Misión del centro educativo.

El centro educativo Almendrita, es una institución de educación infantil inicial que promueve la formación de valores a base de un método pedagógico para la integridad y crecimiento armonioso de los niños.

Misión redactada por estudiantes

Asumir la responsabilidad de dar una formación integral a cada alumno y alumna poniendo el máximo empeño en el cultivo de valores y en la creación del habito del estudio, trabajo y convivencia, para una excelente formación académica y personal.

Visión redactada por estudiantes

Ser la primera elección de las familias y garantizar la formación académica, la madurez emocional, y los valores necesarios para un futuro mejor en un mundo tecnológico y global.

Espacio geográfico

El preescolar Almendrita, está ubicado en el barrio Venezuela, en el distrito IV de Managua.

Los límites del barrio son:

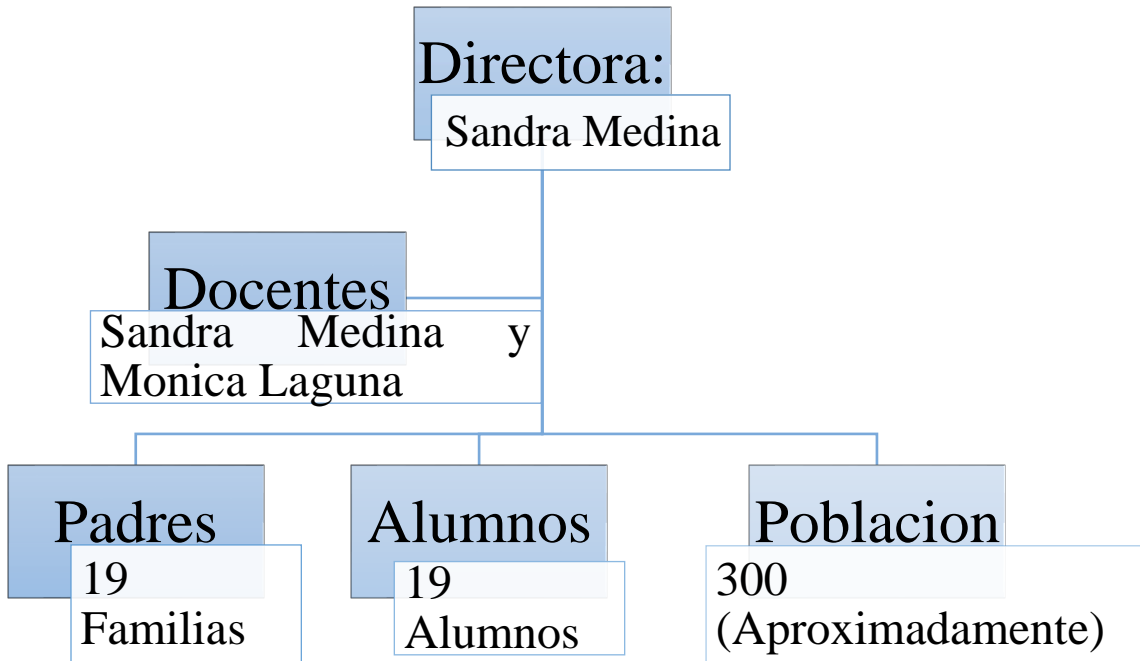
Norte: Colonia Salvadorita.

Sur: Colonia Nicarao.

Este: Barrio Ducualí.

Oeste: Barrio Unión Soviética. (La URSS)

Organigrama



El plan de comunicación se realizará para el centro pre-escolar “Almendrita”, este centro brinda educación inicial, o sea preescolar y maternal. El área a trabajar e investigar será la parte de comunicación es decir cómo se proyecta a su público y como es la comunicación interna, a la vez les ayudaremos a crear estrategias de comunicación.

El plan se llevará a cabo mediante los resultados obtenidos en las entrevistas a personal del centro y encuestas a padres de familia y población, donde detectamos las necesidades de trabajar en las diferentes áreas:

- **Proyección en su imagen institucional.**

A través de las encuestas, pudimos darnos cuenta que el centro no es tan reconocido en el barrio donde está ubicado, este centro ha sido cambiado de lugar en 2 ocasiones y por esto hay personas que aún creen que está ubicado donde empezó hace muchos años.

- **Posicionamiento de imagen en la comunidad.**

Durante la investigación también percibimos que las personas encuestadas, no creen que el centro sea una primera opción para que los padres quieran inscribir a sus hijos, ya que encontramos opiniones negativas hacia este.

- **Competencia con diferentes centros educativos.**

El centro pre-escolar Almendrita está bastante lejos de competir con centros aledaños, debido que la infraestructura de este es muy pequeña, pues es una casa particular que los propietarios del pre-escolar rentan, esto crea una gran desventaja ya que en cualquier momento pueden ser desalojados, aparte de eso, las personas encuestadas opinaron que el personal con el que trabaja el centro no es el indicado, apenas cuenta con 2 maestras y una de ellas también desempeña el papel de directora, y creen que esto dificulta el proceso de enseñanza.

- **Mejor comunicación con los padres.**

Tratándose de un pre-escolar bastante pequeño, esta parte no presenta tanta deficiencia, pero a pesar de eso hubo crítica por parte de los padres al momento de las encuestas, pues la mayoría se quejaba que muchas veces las maestras no se comunicaban directamente con ellos, sino que lo hacen por mensajes vía WhatsApp o por publicaciones en Facebook, y no es que este mal porque es una herramienta más de comunicación, pero no siempre los padres cuentan con datos móviles en sus teléfonos o con señal de internet en sus hogares.

La información y datos obtenidos en esta investigación, sirvieron para conocer la situación comunicacional del centro y una vez realizado el diagnóstico, se pudo llegar a la conclusión de las diferentes soluciones al problema que enfrenta el pre-escolar, entre ellas están:

- Implementación de nuevas estrategias de comunicación.
- Comunicación afectiva entre padres y docentes.
- Mejorar la imagen que presenta al público.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Misión y visión definida por el centro educativo. • Buena coordinación estudiantil. • Buena estructura del centro. • Objetivos definidos con respecto a la calidad educativa del centro. • El público meta se siente satisfecho con el servicio brindado. • A pesar de no proyectar una buena imagen institucional los colaboradores 	<ul style="list-style-type: none"> • Generación de empleo a docentes. • Reducir niños fuera del aula de clases, garantizándoles una educación de calidad y personalizada. • Incursión de cultura y valores, mediante actos en días de festividades. 	<ul style="list-style-type: none"> • El centro educativo no cuenta con casa propia es por eso que alquilan casa. • No hay guarda de seguridad, su seguridad se limita a la seguridad domiciliar del sector. • No hay personal de limpieza. Los docentes deben de limpiar cada área ocupada por ellos. • Poca proyección en su imagen institucional. • A los docentes no se les reconoce la buena labor que ejercen en el centro. • El centro educativo carece de proyección de imagen en medios de comunicación y comunidades aledañas. • El preescolar no cuenta con ninguna clase de convenios con instituciones u 	<ul style="list-style-type: none"> • Riesgo de pocos alumnos, debido al poco espacio del centro educativo. • Falta de espacio, por área de trabajo y general. • Circulación vial todo el día, debido a que el centro está ubicado en una zona muy transitada por peatones y vehículos.

<p>es ofrecen una educación de calidad.</p>		<p>organizaciones.</p> <ul style="list-style-type: none">• Los encargados de difundir información del centro solo dan a conocer los aspectos positivos y logros, pero no mencionan sus aspectos negativos.• Pese a que el centro educativo no cuenta con aliados no puede medir cierta efectividad de su trabajo, por ende no se da a conocer mediante medios de comunicación .	
---	--	--	--

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EXTERNA

ESTRATEGIA	TACTICA	DESCRIPCION DE TACTICA.
Potenciar el uso de la red social Facebook para la comunicación externa	Actualizar constantemente el Facebook con información necesaria.	Dar a conocer las actividades educativas del centro, a través de la plataforma social Facebook. Hacer publicaciones masivas en temporada de matrículas para atraer más público
El centro puede buscar publicidad en medios de comunicación	En periodos de inicio del año lectivos hacer una gira de medios para promocionar el preescolar, maternal y sus servicios. también cuando en el preescolar se realicen actividades culturales, pueden invitar a los medios de comunicación	Las autoridades del centro en la gira de medios hablaran de la oferta académica y aranceles actualizados Esto con el objetivo de hacer mayor publicidad y aumentar la demanda de sus servicios.

<p>Buscar convenios y patrocinios.</p>	<p>Buscar ayuda con otras instituciones que velen por los derechos de la niñez y crear un presupuesto de materiales de construcción para presentarlo a alguna empresa que quizás pueda colaborar a la mejora del centro.</p>	<p>Con esto se podrían obtener beneficios para mejorar las condiciones en la que reciben clases los niños. Y con ayuda de expertos y padres crear el presupuesto de materiales de construcción para mejorar la infraestructura del centro.</p>
--	--	--

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNA

ESTRATEGIA	TACTICA	DESCRIPCION DE TACTICA
<p>Identificar las necesidades que presenta el centro para mejorar la comunicación.</p>	<p>A través de un estudio basado en encuestas realizada a los padres de familia y población y entrevistas con el personal del centro, se recolectó información y datos y supimos con mayor exactitud cómo está posicionado el centro y como se proyecta al público</p>	<p>Mediante el estudio realizado se pudo detectar los factores que conllevan a que el centro este débil en su comunicación. Y se crearon recomendaciones para mejorar la comunicación.</p>
<p>Crear un plan de comunicación para las crisis comunicacionales de respectivo centro escolar.</p>	<p>Todos los colaboradores del centro educativo deberán saber manejar este plan y ponerlo en práctica al momento de las crisis comunicacionales y de esta</p>	<p>Al momento de la realización del plan de comunicación todos los colaboradores del centro aportaran su opinión y de esta forma manejaran la</p>

	manera evitar que el centro tenga debilidades tanto interna como externamente.	información. Este plan se realizara basado en las necesidades de reconocimiento de imagen y proyección para brindar resultados positivos.
Fortalecer la comunicación con los padres.	Realizar reuniones constantes con los padres de familia y aprovechar cualquier herramienta que ayude a tener una comunicación fluida por ejemplo, a través de WhatsApp enviar información sobre las actividades culturales, religiosas y académicas del centro.	En estas reuniones se plantearan las problemáticas por las que estén pasando los niños y anomalías del centro. Se debe recordar que los padres son quienes mas juzgan el centro por lo tal se deben crear lazos cercanos de comunicación.

Metas

Indicadores de logros del proyecto

OBJETIVO	VERIFICACION	RESPONSABLE
<ul style="list-style-type: none">Identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que presenta el preescolar en sus procesos comunicacionales.	Realizar evaluaciones mensuales para medir los avances y problemas del centro.	Directora del centro escolar.
Proponer estrategias de comunicación para fortalecer las relaciones de comunicación en el centro educativo Almendrita	Reporte de estrategias medidas, a través de las plataformas sociales. Mediante las interacciones con sus seguidores.	Docente encargado de alimentar redes sociales.
Realizar un diagnóstico comunicacional que permita conocer la situación comunicacional del preescolar Almendrita	Plan de estrategias de comunicación externa.	Realizadores del plan de estrategias.

Presupuesto

A Continuación se presenta el presupuesto para realizar el Plan Estratégico de Comunicación Externa; queda a discreción de la Institución modificarlo.

Descripción	Costo	Cantidad	Total
Afiches	7000	1500	7000
Mantas publicitarias	1000	5	5000
Perifoneo	1500	1	1500
Gira de medios	\$500- \$800	3	\$1300

Cronograma

ACTIVIDAD	TIEMPO DE PRODUCCION	RESPONSABLES
Actualizar constantemente el Facebook con información necesaria.	De 2 a 3 veces por semana	Encargado de manejo de redes sociales
En periodos de inicio del año lectivos hacer una gira de medios para promocionar el preescolar, maternal y sus servicios.	Anual	Directora del centro
Buscar ayuda con otras instituciones que velen por los derechos de la niñez	Cada vez que sea necesario	Directora del centro
Realizar estudios que ayuden a saber sobre la situación de comunicación del centro.	Semestral	Directora y docentes del centro
Creación y manejo del plan comunicacional	Una vez creado el plan el uso y manejo dependerá de la situación comunicacional que presente el centro	Todo el personal del centro
Realizar reuniones constantes con los padres de familia	Mensuales	Docentes del centro.

Conclusiones

En síntesis el estudio realizado al centro educativo Preescolar Almendrita, demostró la debilidad que tienen al momento de ser reconocido ante el sector aledaño, una de las dificultades que posee el centro educativo es su estructura organizacional y comunicacional, es débil por ser un centro pequeño y con poco personal lo que muchas veces dificulta que las actividades del mismo se desarrollen con eficacia y eficiencia, teniendo en cuenta que no tienen especificada el personal o area de comunicación.

Por lo tanto se presentaran algunas recomendaciones al centro para que los docentes las tengan en práctica y de tal manera que sea útil para el crecimiento organizacional y por consiguiente logre su misión que es seguir educando a la niñez nicaragüense, conseguir llegar al público meta, pobladores aledaños y así ganar prestigio y buena reputación, de esta forma seguirá ofreciendo su servicio al público en general.

Después de haber recolectado información, a través de entrevistas, encuestas y observación se pudo detectar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de respectiva institución, a la cual se le brindará una posible solución a estos problemas para que la comunicación externa e interna sea eficiente y se puedan cumplir las metas establecidas como organización para proyectarse ante el público. El FODA les servirá de ayuda al centro educativo, porque, tendrán una visión más clara de los problemas que atraviesan como institución, así mejoraran su imagen y ofertarán un servicio educativo de calidad.

Las estrategias creadas para el preescolar Almendrita les servirán de mucho en la comunicación, ya que los maestros se comunican con los padres muchas veces, a través de redes sociales y algunos padres o cuentan con acceso a internet diario. Muchos padres aseguran que la mejor manera de comunicarse es de frente y dialogar sobre cualquier problema o novedad.

El preescolar tiene poca proyección hacia sus alrededores, poca gente conoce respectivo centro educativo, no se dan a conocer adecuadamente, y en las redes sociales ocurre lo mismo, debido a que la población desconoce que el preescolar tiene su perfil social, es claro que el manejo de redes está siendo mal organizado, porque tienen poca publicidad y en la actualidad las redes sociales acaparan la atención de jóvenes y adultos; esta con un manejo adecuado y sobre todo conocimiento en la materia de comunicación podría llegar al público meta y obtener más clientes. Al existir poca proyección del colegio a la población se limita demasiado de clientes, por lo tanto el preescolar debería interactuar más con la comunidad aledaña.

Una enorme fortaleza que presenta el centro educativo es que los padres son colaboradores con sus hijos a la hora de una actividad educativa o acto cultural, también dicho preescolar fomenta la cultura nicaragüense en los niños, pues todos los viernes los estudiantes reciben sus clases luciendo un traje típico de nuestro país.

A través de estas posibles soluciones esperamos crear un efecto positivo y argumentado en la institución, para que sea un centro posicionado en el sector y ofreciendo calidad en sus servicios de educación preescolar y maternal.

Recomendaciones

1. Organizar reuniones constantes con los padres para expresarles las inquietudes con respecto a los infantes y verificar el avance y comportamiento de los estudiantes.
2. Dialogar con el personal con el objetivo de plantear las problemáticas que están afectando al centro.
3. Al mejorar la comunicación interna, seguidamente mejorara la comunicación externa, de esta manera habrá mejor organización y nuevas metas por cumplir.
4. Trabajar más en la publicidad del centro educativo, podría hacerse en periodos de matrículas, a través de mantas publicitarias y en la repartición de volantes.
5. Potenciar el uso de las redes sociales (Facebook y whatsApp) para hacer publicidad al preescolar.
6. Tomar en cuenta las opiniones de los padres de familia.
7. Actualizar constantemente la plataforma social Facebook.
8. Disponer de un lugar dentro del centro educativo donde los padres de familia puedan expresar cómodamente sus sugerencias e inquietudes.
9. El preescolar debería tomar en cuenta a la población aledaña e integrarla a sus actividades.

10. El colegio debería realizar ferias o kermes para darse a conocer en la comunidad.
11. Promover el reconocimiento hacia los docentes por su arduo y satisfactorio trabajo.
12. Gestionar ayuda con organizaciones que velen por la niñez nicaragüense.
13. Entregar circulares a los padres con información valiosa del centro.

Referencias Bibliográficas

- **BRUNO, D.** (sf). El diagnóstico de comunicación. Diagnóstico y poder. Diagnóstico y participación. Universidad Nacional de la plata.
- **CENTENO, F., PEÑA, H., PRAVIA, I.** (2016). Diagnóstico de Comunicación Interna. Managua: Nicaragua.
- **ESPINOZA, M., MORENO, L.** (sf). Estrategias de Comunicación para el Instituto Nacional Camilo Zapata. Managua: Nicaragua.
- **FLORES DE GORTARI, S.** (1998). Procesos de la comunicación. Trillas (2000).
- **GARCIA, J.** (sf). Psicólogo y entrenador personal. Barcelona.
- **GARDUÑO, J.** (2012). Clasificación de los tipos de comunicación.
- **HERNANDEZ, W.** (sf). La comunicación publicitaria. Recuperado de <http://www.subcutaneocreative.com/2013/03/concepto-la-comunicacion-publicitaria.html>
- **IBARRA, J.** (2004). Definición sobre planificación estratégica. La Wikiteca FGCTI. Recuperado de <http://wikitecaegcti.wikifoundry.com/page/B.+Definiciones+sobre+Planificaci%C3%B3n+Estrat%C3%A9gica>
- **KALIX, K.** (sf) Programa de superación dirigido al perfeccionamiento del estilo de comunicación de los maestros de la educación primaria. Capítulo I. disponible en <http://www.eumed.net/libros->

gratis/2011a/933/ESTILO%20DE%20COMUNICACION%20DEL%20MAESTRO
%20DE%20LA%20EDUCACION%20PRIMARIA.htm

- **KOTLER.** (1990). Planificación de estrategias. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/la-planificacion-estrategica/>
- **MARTIN, S.** (2009). Manual de comunicación para estudiantes universitarios.
- **NOSNIK, A.** (2002). La comunicación organizacional. Trillas (2002). México.

- **PADILLA, A.** (2014). Estrategia de Comunicación para el Preescolar Arlen Siu. Managua: Nicaragua.

- **PASCALE, W.** (1992). La comunicación global. Comunicación institucional y de gestión. Barcelona.

- **PISCOYA.** (sf) recuperado de <http://es.calameo.com/read/004861722bb10057b623a>

- **TIRADO, E.** (sf). La comunicación afectiva en la educación. Artículo de opinión recuperado de <http://elnacional.com.do/la-comunicacion-afectiva-en-la-educacion/>

ANEXOS



UNAN-Managua.

Facultad de humanidades y ciencias jurídicas.

Comunicación para el Desarrollo.

Objetivo: Facilitar la obtención de datos e información relacionada a la situación comunicacional del centro educativo Almendrita y el estudio de posicionamiento del centro.

No. de encuesta: ___ Fecha: ___/___/___

I. DATOS GENERALES.

Marque con una “X”, SOLO UNA DE LAS OPCIONES.

Nombres y Apellidos del ENCUESTADO (SI FUESE NECESARIO)

II. A continuación se presentan una serie de preguntas sobre el centro Educativo Almendrita para conocer el posicionamiento del mismo en el sector.

		Si	No
1	¿Ha escuchado hablar sobre el centro escolar Almendrita?		
2	¿Cree que es un buen centro escolar para infantes?		
3	¿Ha escuchado usted alguna vez que el centro educativo Almendrita anuncie sus actividades recreativas, educativas, culturales involucrando a los pobladores aledaños?		
4	Realiza el centro, algún tipo de actividad, estrategia, o evento para difundir o publicitar sus servicios		
5	Cree o considera que el centro educativo Almendrita debería implementar algún tipo de actividad comunicacional en beneficio de darse a conocer en sectores aledaños a lugar donde funciona		

III. Continuando con las interrogantes anteriores, Marque con una “X”, SOLO UNA DE LAS OPCIONES.

Las siguientes preguntas contienen respuestas previamente clasificadas en cinco categorías. Seleccione la categoría que usted considere más conveniente de los números del 1 al 3, Las preguntas están enfocadas para conocer la situación de comunicación externa del centro educativo Almendrita y los números indican la escala de valor de su opinión, la que usted puede seleccionar de acuerdo a su criterio:

- ✓ 1 : Bueno
- ✓ 2 : Regular
- ✓ 3 : Malo

		1	2	3
1	Como considera usted las actuales instalaciones del centro educativo Almendrita			
2	Como califica los medios (carteles, mantas publicitarias) por las que el centro difunde información sobre sus actividades.			
3	Como es el contenido que presentan el plataforma social Facebook.			
4	Como catalogaría usted la imagen que presenta el centro ante el público			
5	Como valoraría usted la implementación de estrategias de difusión e información para dar a conocer las actividades del centro educativo Almendrita			



UNAN-Managua.

Facultad de humanidades y ciencias jurídicas.

Comunicación para el desarrollo.

Objetivo: Facilitar la obtención de datos e información relacionada a la situación comunicacional del centro educativo Almendrita y el estudio de posicionamiento del centro.

No. de encuesta: ___ Fecha: ___/___/___

I. DATOS GENERALES.

Marque con una “X”, SOLO UNA DE LAS OPCIONES.

Nombres y Apellidos del ENCUESTADO (SI FUESE NECESARIO)

II. A continuación se presentan una serie de preguntas sobre el centro Educativo Almendrita para conocer la situación comunicacional del mismo

		Si	No
1	¿Le gusta el tipo de enseñanza impartida a sus hijos por el centro?		
2	¿Considera que el centro educativo le debería de informar, sobre las reuniones por medio de las redes sociales?		
3	¿Existe alguna forma en que el centro le informe o explique lo que pasa en el mismo?		
4	¿Cree usted que los docentes del centro se comunican con sus hijos de manera afectiva y asertiva?		
5	¿Colabora con las actividades que realiza el centro en pro de mejorar su imagen?		

III. Continuando con las interrogantes anteriores, Marque con una “X”, SOLO UNA DE LAS OPCIONES.

Las siguientes preguntas contienen respuestas previamente clasificadas en cinco categorías. Seleccione la categoría que usted considere más conveniente de los números del 1 al 3, Las preguntas están enfocadas para conocer la situación de comunicación externa del centro educativo Almendrita y los números indican la escala de valor de su opinión, la que usted puede seleccionar de acuerdo a su criterio:

- ✓ 1 : Bueno
- ✓ 2 : Regular
- ✓ 3 : Malo

		1	2	3
1	¿Cómo es la comunicación entre docente/padres?			
2	¿Cómo es la atención por parte de los docentes a los problemas o duda que tenga conforme a la educación de sus hijos?			
3	¿Cómo son las actividades académicas que realiza el centro?			
4	¿Cómo son los métodos de comunicación que emplea el centro para contactarse con usted?			
5	¿Qué opinión tiene usted acerca de la implementación de herramientas digitales para mejorar la comunicación en el centro educativo?			



UNAN-MANAGUA.

Departamento de Comunicación

GUIA DE ENTREVISTA

Estimados docentes actualmente estamos realizando seminario de graduación para optar al título de licenciatura en comunicación para el desarrollo este trabajo investigativo que tiene como finalidad realizar un diagnóstico de comunicación y un plan estratégico enfocado en las necesidades de comunicación del centro educativo al que labora.

Por tal razón le solicitamos y agradecemos cordialmente su valiosa contribución a este trabajo al brindarnos su tiempo y así contribuir al desarrollo y fortalecimiento de nuestra formación académica.

A continuación se presenta una serie de aspectos recurrentes en este sentido, para que usted valore la comunicación interna y externa con la mayor objetividad posible.

1. ¿Cómo es su relación con los alumnos?
2. ¿Cuáles son los métodos o herramientas que usa para la comunicación alumnos/padres?
3. ¿De qué manera implementa nuevas técnicas en la educación de cada niño?
4. ¿Cada cuánto tiempo tiene reuniones académicas con la dirección del centro?
5. ¿Por qué medio la dirección del centro les comunica las actividades a realizar?

6. ¿Cómo es la capacitación que brinda el centro para manejar de manera correcta las redes sociales?
7. ¿Qué métodos de comunicación implementan al surgir algún problema dentro y fuera del centro?
8. ¿Qué herramientas digitales utiliza para comunicarse con los padres de familia?
9. ¿Considera que con la implementación de la tecnología, facilitara la enseñanza a los infantes? ¿Por qué?
10. ¿Cómo es la capacitación que brinda el centro para el uso y manejo de la tecnología digital?



UNAN-MANAGUA.

Departamento de Comunicación

GUIA DE ENTREVISTA

Estimada directora del centro educativo Almendrita, actualmente estamos realizando seminario de graduación para optar al título de licenciatura en comunicación para el desarrollo este trabajo investigativo que tiene como finalidad realizar un diagnóstico de comunicación y un plan estratégico enfocado en las necesidades de comunicación del centro educativo bajo su administración

Por tal razón le solicitamos y agradecemos cordialmente su valiosa contribución a este trabajo al brindarnos su tiempo y así contribuir al desarrollo y fortalecimiento de nuestra formación académica.

A continuación se presenta una serie de aspectos recurrentes en este sentido, para que usted valore la comunicación interna y externa con la mayor objetividad posible.

1. **¿Cada cuánto tiempo realiza las reuniones entre usted y los maestros?**
2. **¿Cuáles son los medios utiliza usted para ejercer la comunicación tanto con los docentes?**
3. **¿Qué medios de comunicación utiliza con los maestros/alumnos/padres?**
4. **¿Cómo es la participación de los alumnos en actividades del centro?**
5. **¿Qué conocimientos tiene acerca de herramientas digitales que mejoren la comunicación?**

6. ¿Cómo es la comunicación entre docentes y padres de familia?
7. ¿Cómo se entera de la situación del centro, es decir si está en problemas?
8. ¿Cuándo se reúne con los docentes que tipo de problemas se discuten en la reunión?
9. ¿A través de qué medios realiza publicidad de los servicios del centro?
10. ¿De qué manera están preparados ante cualquier crisis comunicacional del centro?









