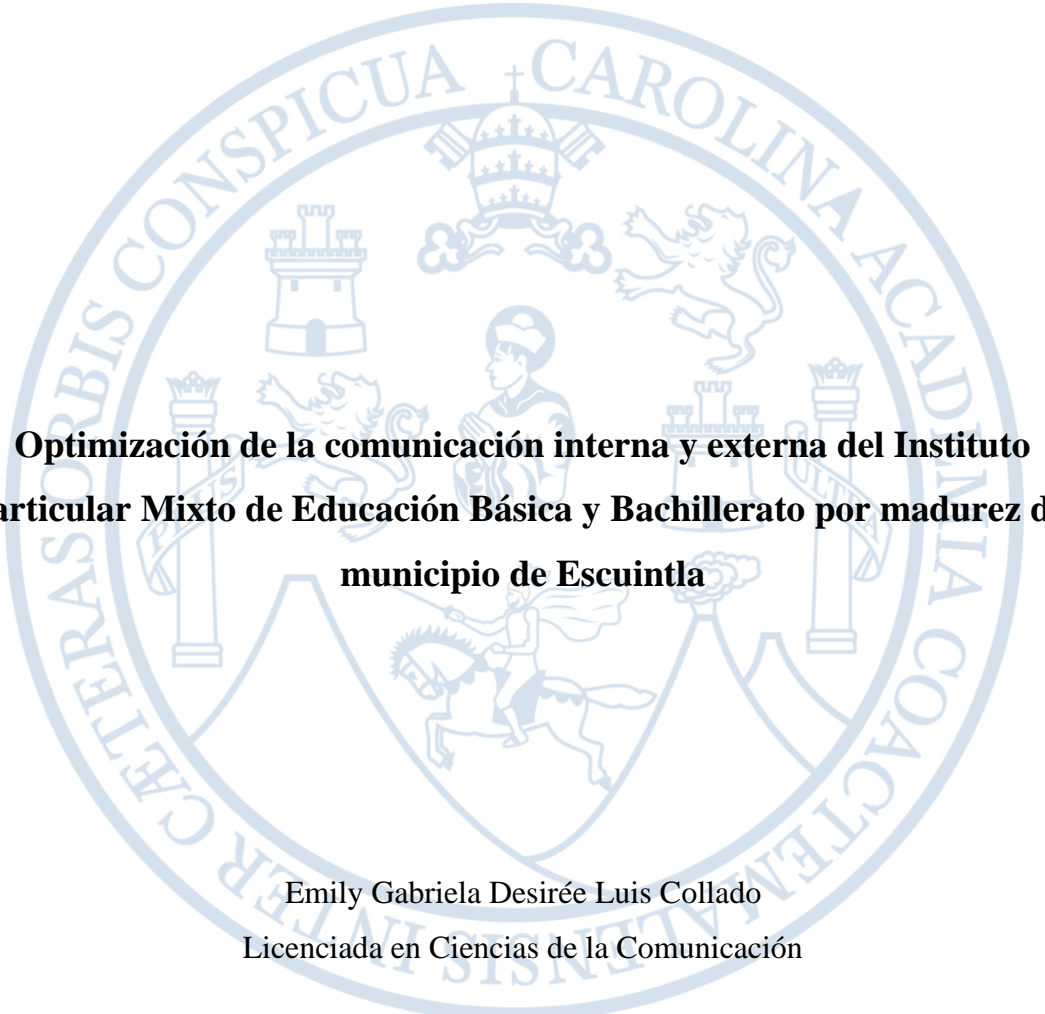


Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Ejercicio Profesional Supervisado



**Optimización de la comunicación interna y externa del Instituto
Particular Mixto de Educación Básica y Bachillerato por madurez del
municipio de Escuintla**

Emily Gabriela Desirée Luis Collado

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Guatemala, octubre 2022

Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ejercicio Profesional Supervisado

**Optimización de la comunicación interna y externa del Instituto
Particular Mixto de Educación Básica y Bachillerato por madurez del
municipio de Escuintla**

Emily Gabriela Desirée Luis Collado
Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Previo a optar al título de:
Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Asesora:
Lcda. Krista María Ramírez

Guatemala, octubre 2022



Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Director

Lic. César Augusto Paiz Fernández

Consejo Directivo

Representantes Docentes

M.A. Silvia Regina Miranda López

Representantes Estudiantiles

José Guillermo Herrera López

Representante de Egresados

M.Sc. Ana Cecilia del Rosario Andrade de Fuentes

Secretario

M.A. Héctor Arnoldo Salvatierra

Comisión de EPS de Licenciatura

Coordinador

M.A. Luis Arturo Pedroza Gaytán

Supervisoras

M.A. Evelin Hernández

M.A. Evelin Morazán Gaitán

Lcda. Krista María Ramírez

Lcda. Brenda Yanira Chacón Arévalo

Supervisores

M.A. Marvin Sarmientos Yuman

Lic. Luis Fernando Lucero

Lic. Mynor René Martínez

M.A. Edgar Martínez

M.A. Allan López



DICTAMEN FAVORABLE



Guatemala 27 de Octubre 2022

Estudiante de EPS de Licenciatura
Emily Gabriela Desirée Luis Collado
Registro académico 201221148
Presente.

Para su conocimiento y efectos se hace constar que:

Después de evaluar su trabajo académico de forma digital titulado: OPTIMIZACIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA DEL INSTITUTO PARTICULAR MIXTO DE EDUCACIÓN BÁSICA Y BACHILLERATO POR MADUREZ DEL MUNICIPIO DE ESCUINTLA y luego de haber sustentado el examen privado y defensa de su proyecto de EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, es aprobado por unanimidad por parte del tribunal examinador.

Por tanto, se autoriza el trabajo final en el acta de cierre respectiva y su entrega de forma digital en un total de (6) ejemplares en CD's con el documento incluido en formato PDF, los cuales deberá entregar una copia a la Institución o Empresa donde realizó su EPS, una copia para su trámite de colegiado y el resto a la coordinación de EPS de Licenciatura para posteriormente ser entregados a Biblioteca Central, Biblioteca Flavio Herrera y Secretaria de la ECC

Sin más que hacer constar,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”



M.A Luis Arturo Pedroza Gaytán
Coordinador

Licda. Krista María Ramírez Nájera
Supervisora



CARTA DE SOLICITUD DE PRÁCTICAS



Guatemala, 8 de febrero 2022

EPSL-2022

Salomón Álvarez Andrade
Instituto Particular Mixto de Educación Básica y Bachillerato por Madurez
Presente.

Reciba un cordial saludo por parte de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

A través de la presente se extiende la solicitud para autorizar el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación del/la estudiante: **Emily Gabriela Desirée Luis Collado** con número de registro académico 201221148 y Carné 2588179170501 quién manifestó el deseo de realizar su práctica profesional en su prestigiosa institución y para tal efecto se requiere lo siguiente:

- Extender una carta de aceptación en papel membretado, firmado y sellado.
- Proporcionar apoyo al/la estudiante en lo referente a proveer información y autorización para actividades propias del programa.
- Asignar a un representante que labore en la empresa/institución como responsable directo del/la estudiante practicante.
- Brindar al estudiante la apertura que le permita desarrollar cada una de las fases del EPS de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación (Diagnóstico, Plan y Ejecución de un proyecto de comunicación).
- Autorizar que el/la estudiante incluya toda la información que se derive del presente Ejercicio Profesional Supervisado a través de un documento de informe final (IFEPS) el cual será publicado en las instancias que corresponde (Bibliotecas de la Universidad de San Carlos de Guatemala, Biblioteca de la Escuela de Ciencias de la Comunicación "Flavio Herrera", colegio de Humanidades, así como una copia interna en la Coordinación del EPS de Licenciatura).
- Autorizar que se supervise la práctica profesional por parte de los docentes supervisores.
- Garantizar, para el resguardo del/la estudiante, el cumplimiento de las normas sanitarias correspondientes a la actual pandemia covid-19.

Atentamente

"D Y ENSEÑAD A TODOS"



M.A. Luis Pedroza

Coordinador EPS de Licenciatura
Cel. 42178224 / 55028866

Copia estudiante / supervisor

Escuela de Ciencias de la Comunicación
Edificio M2, Ciudad Universitaria USAC
Zona 12, Ciudad de Guatemala, C.A.

www.comunicacion.usac.edu.gt

(502) 2418-8920





CARTA DE ACEPTACIÓN DE PRÁCTICAS



INSTITUTO PARTICULAR MIXTO DE EDUCACIÓN
BÁSICA Y BACHILLERATO POR MADUREZ
4TA. AVENIDA 15-20, ZONA 4, ESCUINTLA, GUATEMALA
Tel: 78895255

Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala
Presente:

Reciban un cordial saludo por parte del Instituto Particular Mixto de Educación Básica y Bachillerato por Madurez.

A través de la presente se **AUTORIZA** a la estudiante Emily Gabriela Desirée Luis Collado quien se identifica con el número de DPI 2588179170501, a realizar la ejecución de la práctica del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, en este establecimiento, "Instituto Particular Mixto de Educación Básica y Bachillerato por Madurez".

Brindando el apoyo y proporcionando los requerimientos solicitados para la buena labor en la realización del proyecto.

Atentamente:


Lic. Pablo Enrique Morataya González
Secretario Contador





Para efectos legales, únicamente la/el autor (a)
es responsable del contenido del presente trabajo.



DEDICATORIA



A Dios

Por ser mi protección, mi acompañante silencioso, mi refugio en cada rincón y por llenarme de fortaleza.

A mi madre

Por su ejemplo de lucha, fuerza y perseverancia ante las adversidades, por los gestos y palabras de apoyo haciendo que cada día se sintiera más liviano, por hacerme saber que puedo lograr todo si me lo propongo. Y si he de resumir, mamá, por tu gran amor incondicional.

A mi padre

Por su pasión por la educación, por enseñarme que sin amor no se adquiere conocimiento, por mostrarme la importancia del saber comunicar, por su apoyo en el camino, y por toda tu felicidad llena de amor papá: “yo tengo un sueño”.

A mi hermano

Por su manera poco ortodoxa de mostrarme el camino correcto. Por su compañía y sus consejos, por ser mi ejemplo, por mostrarme que antes de decir “no puedo hacerlo” he de intentarlo. Te quiero hermanito.



A mi sobrino

Por enseñarme otro tipo de alegría y llenarme de ella. Por adentrarme a su mundo fantástico.
Cuando sepas leer, sabrás que tu tía te enseñó a comunicar.

A mi tía

Por sus consejos, por mostrarme que la vida estudiantil requiere esfuerzo, pero que ser universitario es una de las mejores etapas.

A mi novio

Por ser mi compañero en este viaje, por ser mi refugio, por el enorme apoyo, por guiarme a encontrar mi fuerza interna. Porque el primer día te dije que juntos íbamos a lograrlo.
¡Felicidades colega, acá estamos, lo logramos!.





AGRADECIMIENTOS



A la Universidad de San Carlos de Guatemala

Lugar en el cual pude expandir mis conocimientos, mostrándome que cada persona tiene talentos diferentes. Los días en sus aulas, pasillos y jardines tienen un espacio muy especial en mi memoria, que orgullo decir ¡soy Sancarlista!

A la Escuela de Ciencias de La Comunicación

Donde aprendí que cada esfuerzo tiene una recompensa, me mostraron que todos podemos comunicar, pero no todos sabemos hacerlo de la forma adecuada. Sin embargo, lo más importante que La escuela de Ciencias de la comunicación me otorgó fue un grupo de amigos incondicionales, de mentes y actitudes brillantes.

A mis amigos, los 5

Plasmar un “Gracias” se queda corto para expresar lo que siento por ustedes, su compañía bastaba para saber que era el lugar correcto. Con sus risas y palabras crearon en mí, otro concepto de amistad. Mi corazón con cada uno, mi corazón, con los cinco.

A mi novio y familia

Por brindarme un hogar lejos de mi hogar, por el calor alrededor de una taza de café y juegos de mesa.



A mi Familia

Mi soporte, mi motor, mi fuerza, mi refugio y mi alegría, Gracias por estar siempre, por escucharme, apoyarme y alentarme cuando regresaba a casa, me mostraron que en el camino se necesitan alas fuertes e imparables, pero que los vuelos con calma, también son necesarios. Infinitas gracias.





Índice

Índice de tablas	i
Índice de figuras	ii
Introducción	i
Justificación	ii
Antecedentes	iii
Capítulo 1	1
Diagnóstico	1
1.1 La institución	1
1.2 Perfil Institucional	1
1.3 Ubicación geográfica	1
1.4 Origen e Historia	1
1.5 Integración y alianzas estratégicas	2
1.6 Departamentos o dependencias de la Institución	2
1.7 Organigrama de la Empresa	4
1.8 Misión	5
1.9 Visión	5
1.10 Objetivos Institucionales	5
1.11 Público Objetivo	6



Comunicación
creando futuro

1.12 Diagnóstico.....	7
1.12.1 Pregunta de Investigación.....	7
1.12.2 Objetivo General.....	7
1.12.3 Objetivos Específicos	7
1.13 Metodología.....	7
1.13.1 Descripción del Método.....	7
1.13.2 Técnicas e instrumentos de recolección	8
1.13.2.1 Observación	9
1.13.2.2 Encuesta.....	11
1.13.3 Interpretación de los resultados	12
1.14 FODA comunicacional	12
1.15 Problemas Detectados	14
1.16 Planteamiento del problema comunicacional	15
1.17 Indicadores de Éxito	15
1.18 Límites y Alcances de la Investigación	16
1.18.1 Alcances	16
1.18.2 Límite	16
1.19 Cronograma del Diagnóstico	16
1.20 Proyecto a Desarrollar	17



Capítulo 2	
Plan estratégico de Comunicación.....	18
2.1 Plan de comunicación.....	18
2.2 Elementos comunicacionales.....	18
2.3 Objetivos del plan de comunicación.....	20
2.3.1 General.....	20
2.3.2 Específico	20
2.4 Estrategia	20
2.5 Actividades	21
2.6 Público objetivo.....	21
2.7 Mensaje Clave	21
2.8 Indicadores de las acciones.....	22
2.9 Recurso Humano	22
2.10 Financiamiento y Presupuesto	23
2.11 Beneficiarios.....	24
2.12 Área geográfica de acción	24
2.13 Cuadro operativo de la estrategia	25
2.14 Cronograma del plan de comunicación	26
Capítulo 3	27



3. Informe de ejecución	27
3.1 Identificación de las áreas principales en el establecimiento	27
3.1.1 Objetivo	28
3.1.2 Medio utilizado.....	28
3.1.3 Presupuesto utilizado.....	28
3.1.4 Resultados obtenidos	29
3.1.5 Evidencia del material	29
3.2 Señalización de puntos de emergencia y secciones de desinfección.....	30
3.2.1 Objetivo	30
3.2.2 Presupuesto utilizado.....	31
3.2.3 Resultados obtenidos	31
3.2.4 Evidencia del material	31
3.3 Elaboración y entrega de reconocimientos a alumnos destacados	34
3.3.1 Objetivo	34
3.3.2 Presupuesto utilizado.....	35
3.3.3 Resultados obtenidos	35
3.3.4 Evidencia del material	36
3.4 Realización de Mural Informativo.....	37



Comunicación
creando futuro

3.4.1 Objetivo	38
3.4.2 Presupuesto utilizado	38
3.4.3 Resultados obtenidos	38
3.5 Cronograma general	38
Conclusiones	40
Recomendaciones	41
Referencias bibliográficas	42
Anexos	43





Índice de tablas



Tabla 1: FODA	13
Tabla 2: Cronograma	16
Tabla 3: Presupuesto.....	23
Tabla 4:Cuadro operativo de la estrategia	25
Tabla 5:Cronograma del plan de comunicación	26
Tabla 6: Presupuesto de manta vinílica	28
Tabla 7: Presupuesto de plantillas informativas	31
Tabla 8: Presupuesto para reconocimientos	35
Tabla 9: Presupuesto para mural	38
Tabla 10: Cronograma general	38



Índice de figuras



Figura 1: Organigrama.....	4
Figura 2:Fotografía de manta vinílica frente a la dirección.....	29
Figura 3: Fotografía de plantillas de rutas de evacuación	31
Figura 4: Fotografía de área de desinfección.....	32
Figura 5: Fotografía de señalización sobre medidas de bioseguridad	32
Figura 6: Fotografía de recomendaciones sanitarias	33
Figura 7:Fotografía de señalización para uso de emergencia.....	33
Figura 8: Imagen ilustrativa de los reconocimientos para alumnos destacados	36
Figura 9: Diseños de la ejecución de las entrevistas realizadas	43
Figura 10: Diseños de la ejecución de las encuestas realizadas	44
Figura 11: Encuesta	45
Figura 12: Primera hoja de horas de práctica	46
Figura 13: Última hoja de horas de práctica.....	47



Introducción



Los ámbitos evaluados y diagnosticados de los procesos comunicativos crean desarrollo en el entorno o comunidad, sin embargo, una ejecución comunicacional proyectada, planificada con análisis previo y encauzada hacia un bien común, crea una comunidad.

La comunicación interna en una institución educativa es de vital importancia, ya que, se realiza para formar un vínculo entre estudiantes y docentes con la directiva del establecimiento, además, para compactar la confianza, transmitir un mensaje y generar empatía en todas las áreas académicas.

Aunado a estas bases en un espacio satisfactorio, se crea una estrategia para afianzar a los clientes potenciales que compartan los gustos y necesidades que la institución educativa ofrece. Para ello, fuera del espacio académico y recreativo se crea un proceso comunicativo externo.

El siguiente documento muestra como la proyección de la mejora en la comunicación interna y externa va de la mano con la evaluación del público objetivo de la institución. Esto para crear un plan adecuado para la comunidad educativa, optimizando el proceso comunicativo en los distintos ámbitos del establecimiento.



Justificación



El instituto Particular Mixto de Educación Básica y Bachillerato por Madurez es uno de los complejos académicos situados en el Municipio de Escuintla, en el cual se ejecuta un proceso informativo basado en la metodología de investigación mixta con enfoque de investigación-acción, orientado en el fortaleciendo la comunicación interna y externa para generar confianza entre la comunidad estudiantil.

Asimismo, se elabora una estrategia de comunicación externa para garantizar la mejora del posicionamiento de marca y optimizar la información fuera del establecimiento.



Antecedentes



El instituto Particular Mixto de Educación Básica y Bachillerato por Madurez, ubicado en la 4ta Avenida 15-20 zona 4 del municipio de Escuintla del departamento de Escuintla. Fundado en el año 2006, se dedicó a formar estudiantes en el ámbito educativo.

Su finalidad siempre ha sido, la formación académica, debido a su prioridad institucional, esto ha pausado los caminos comunicacionales, por lo tanto, no posee antecedentes en este entorno.

Aunque no existen investigaciones que involucren al establecimiento educativo, se pudieron localizar trabajos relacionados a la comunicación interna y externa de instituciones educativas.

La comunicación interna es el proceso de intercambio de información en el público de la empresa, institución u organización, contemplando a las líneas operativas, gerentes, mandos medios, directores, entre otros.

Para (Brandolini, González Frígol, & Hopkins, 2009) “el desarrollo de la comunicación interna unifica significados, proporciona claridad y sentido al trabajo, genera pertenencia y prepara a cada empleado como vocero de la organización”.

En tanto que, (Esteban, y otros, 2008) define la comunicación externa como el flujo de información hacia afuera de la empresa u organización, destinada a un público externo que puede estar conformado por distribuidores, prescriptores, consumidores, prensa, entre otros.



Capítulo 1

Diagnóstico

1.1 La institución

Instituto Particular Mixto de Educación Básica y Bachillerato por Madurez

1.2 Perfil Institucional

El Instituto Particular Mixto de Educación Básica y Bachillerato por Madurez promueve en la sociedad en general y en los estudiantes en particular, la conservación, transmisión, creación, transformación y desarrollo de su propia cultura.

Cultivamos la educación moral, comunitaria y moral de los alumnos. Quienes al terminar su proceso de formación en el Instituto tengan una formación sólida, humana y académica adecuada para realizar una buena incorporación al mundo laboral.

1.3 Ubicación geográfica

El instituto Particular Mixto de Educación Básica y Bachillerato por Madurez, está ubicado en la 4ta Avenida 15-20 zona 4 del municipio de Escuintla del departamento de Escuintla.

1.4 Origen e Historia

La escasez de oportunidades de Educación en el departamento de Escuintla y la necesidad que afrontan los jóvenes que no pudieron continuar sus estudios en la niñez y adolescencia por diversas situaciones.



Lleva a la fundación del Instituto Particular Mixto de Educación Básica y Bachillerato por Madurez, teniendo como finalidad, impartir educación de calidad, misma que se encontrara al alcance de todos los jóvenes del municipio de Escuintla.

En el año 2006 abrió sus puertas bajo la dirección del profesor Salomón Álvarez Andrade quien desde sus inicios ha encauzado la educación de los cientos de estudiantes hacia el desarrollo.

Asimismo, la institución recibió la autorización del Ministerio de Educación con la presente resolución D.D.E.E./ U.D.E No. 0048-2006

La cual autoriza las siguientes etapas educativas

Ciclo de Educación Básica o de Cultura general plan fin de semana

Ciclo de Educación Básica por madurez del nivel medio

Bachillerato en Ciencias y Letras por Madurez

1.5 Integración y alianzas estratégicas

La institución no cuenta con integración o alianzas estratégicas en otros centros educativos de la región.

1.6 Departamentos o dependencias de la Institución

El establecimiento cuenta con varias secciones físicas para el buen funcionamiento del sector educativo. En estas dependencias se encuentra el personal calificado para las distintas atribuciones y el apoyo a la comunidad estudiantil. Asimismo, los docentes, alumnos, madres, padres o encargados de los estudiantes pueden abocarse a los departamentos del establecimiento para mejorar la comunicación y el desempeño del proceso educativo.



Dirección: En esta dependencia se encuentra la directiva del Instituto, misma que se encarga de asegurar el buen funcionamiento de todas las áreas del establecimiento, asimismo, organiza las actividades docentes y estudiantiles, dentro y fuera de la institución. Las cuales consisten en hacer de la enseñanza un proceso sólido integrando conocimientos lúdicos y estrategias didácticas.

Además, esta dependencia establece una comunicación directa con las entidades encargadas del traslado de la información proveniente del Ministerio de Educación.

En la dirección también se promueve la filosofía en la que está basado el establecimiento.

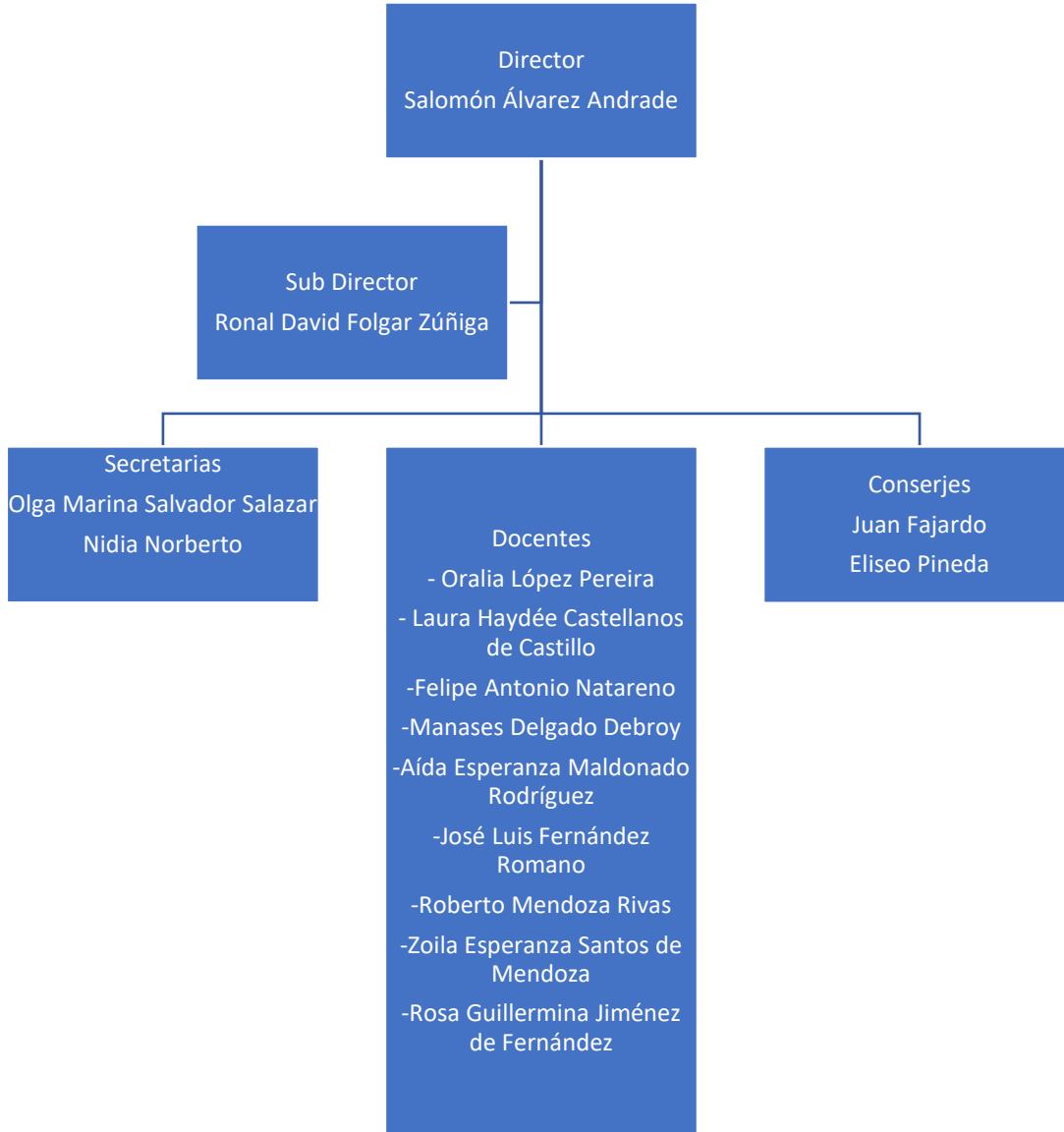
Departamento de Contabilidad: La dependencia contable es la encargada de llevar a cabo las gestiones del presupuesto y finanzas. Asimismo, el departamento administra los activos económicos con los que cuenta el establecimiento. Construyendo proyectos para el mejoramiento de las instalaciones y el bienestar de los alumnos.

Secretaría: En esta sección se encuentran las secretarías o secretarios del Instituto, los cuales se encargan de planificar y realizar todo lo correspondiente a trámites de archivo y papelería. En la secretaría se encuentran las personas calificadas para el ordenamiento de documentos, tanto privados como públicos.

Asimismo, reúne la información física para que sea trasladarla a las dependencias encargadas del Ministerio de Educación.



Figura 1: Organigrama



Fuente: Elaboración propia



1.8 Misión

Somos una Institución que formamos jóvenes y adultos competentes para el desempeño eficiente y responsable. Preparándose para el desarrollo de valores morales y éticos en hombres y mujeres fortaleciendo el espíritu de servicio profesional con vocación capacitados y actualizados en las diversas especialidades, con calidad y eficiencia, socialmente comprometidos para contribuir a la solución de problemas en la comunidad, liderando procesos de cambio con creatividad y excelencia, de acuerdo con los avances tecnológicos. Garantizando así la transparencia y dedicación en todas las labores que realicen.

1.9 Visión

Ser una institución educativa formadora de jóvenes y adultos competentes para el desempeño eficiente y responsables con las necesidades de su familia y comunidad, elevando así las aptitudes profesionales en la formación de los educados integrando permanentemente la calidad de educación y fortaleciendo su identidad, siendo competitivos con el desarrollo de nuestra comunidad educativa de acuerdo con las exigencias y demandas sociales y empresariales

1.10 Objetivos Institucionales

Preparar profesionales con eficiencia para que puedan ingresar a la Universidad
Capacitar integral y eficientemente al estudiante en el aspecto humano, espiritual y técnico, lo que les permite el acceso a mejores niveles de vida.

Prepara maestros que desempeñen su profesión científica y técnicamente y que actúen como agentes de cambio en las comunidades en donde se desenvuelvan.

Inculcar en el alumno los hábitos de limpieza, precisión, rapidez, responsabilidad y honradez n el trabajo y así promover el desarrollo económico en el país.



El Público Objetivo



Los clientes potenciales se encuentran dentro de un grupo objetivo conformado por adultos, que posean un rango de edad entre 20 a 40 años, asimismo, dentro de las características puede encontrarse, la deserción estudiantil en la niñez y adolescencia debido a múltiples factores sociales.

El establecimiento imparte educación a precios bajos y accesibles para todos los niveles socioeconómicos, sin embargo, se enfoca en las personas de escasos recursos, asimismo, en la comunidad trabajadora que solamente tiene permitido continuar sus estudios los fines de semana y necesita un nivel alto de escolaridad para continuar escalando en sus puestos laborales.

1.12 Diagnóstico

En los proyectos comunicacionales, el diagnóstico es prioritario, ya que, es el proceso mediante el cual se realizan distintas evaluaciones y análisis del comportamiento de los grupos en espacios específicos, asimismo, crea una visión general de los problemas y las oportunidades, poniendo en práctica el método de observación y la investigación cuantitativa y cualitativa, para poder crear una estrategia adecuada.

Además, juega el papel de estrategia de reconocimiento, la cual es la encargada de la aportación de parámetros más cercanos y adecuados al ámbito en gestión.

Esto se realiza por medio de distintas técnicas de investigación; entre ellas la observación, ya que, es la técnica primordial y empírica con la que el diagnóstico puede iniciar su elaboración. (Bruno, 2007)



1.2.1 Pregunta de Investigación



¿Es eficiente el desarrollo de la comunicación interna y externa en las distintas áreas del establecimiento?

1.12.2 Objetivo General

Identificar las áreas de mejora para la comunicación interna y externa del establecimiento.

1.12.3 Objetivos Específicos

Analizar el grupo objetivo hacia el que van dirigidos los servicios del instituto.

Determinar las limitaciones para la creación de la estrategia comunicacional.

1.13 Metodología

Mixta con enfoque de Investigación Acción

1.13.1 Descripción del Método

Es el conjunto de pasos a realizar para obtener un resultado, o bien, para llegar a determinado fin. Sin embargo, al recabar una información con un enfoque cualitativo, llega a develar múltiples situaciones subjetivas.

Esto se debe a que el método descubre, a través de distintas técnicas, entre ellas la observación, los diversos parámetros que se constituyen y elaboran por medio de las cualidades, experiencias y perspectivas sociales y culturales.

Si bien, el enfoque cualitativo muestra un resultado no definido como concreto, este aporta diversos puntos de vista que en raras ocasiones cambian con el transcurso del tiempo, esto se



debe a que no son resultados contables sujetos a la objetividad, sino arroja estudios basados en los pensamientos de la sociedad y en cómo perciben las situaciones (Tudela, 2007).

Es por ello que, se realizó una investigación cualitativa para determinar la eficiencia de las áreas comunes en el Instituto Particular Mixto de Educación Básica y Bachillerato por Madurez y la necesidad de visibilizar dichas secciones.

Esto para obtener un resultado basado en la experiencia de las personas que las utilizan y en la perspectiva con las que observan las áreas.

El proceso de investigación-acción está diseñado para la realización de un cambio después de culminar los pasos de las estrategias requeridas por tal investigación.

Asimismo, se realizan cambios al mismo tiempo que se efectúa la observación u otras técnicas, esto para que la ejecución del proceso de investigación-acción obtenga una intervención adecuada (Sampieri, 2014).

Por lo tanto, se realizó una investigación-acción tomando en cuenta las opiniones del personal de la institución para determinar los problemas comunicacionales de identificación y a su vez crear un proceso para visibilizar las áreas comunes del establecimiento y así lograr la eficacia y el buen funcionamiento de las mismas.

1.13.2 Técnicas e instrumentos de recolección

Entre las técnicas e instrumentos de recolección para llevar a cabo una investigación, está presente la observación, además para que el proceso sea más adecuado, las entrevistas y las encuestas son importantes para afianzar la investigación.



Asimismo, para el acompañamiento de las técnicas utilizadas o para la facilitación de la recolección de datos, se requiere el uso de distintos instrumentos, como fotografías, grabaciones, papel y lápiz (Sampieri, 2014).

A través de la buena utilización de las técnicas e instrumentos, se pueden recolectar múltiples resultados para llevar a cabo el análisis requerido de los mismos, ya que, si tenemos en cuenta que nuestra investigación-acción es hacer y ejecutar, nuestras herramientas e instrumentos nos deben facilitar la captación de resultados para ahondar en los problemas que se observan y así crear una solución.

1.13.2.1 Observación

Es la técnica de investigación más natural que existe, podríamos definirla como un proceso empírico.

Esta estrategia se lleva a cabo por medio de un acercamiento del investigador y la causa en sí. A su vez, se pueden experimentar los problemas de una manera más cercana y así concretar un análisis más adecuado.

La función principal de la observación es la recolección de datos sobre el objeto destinado, en una forma inmediata y de primera mano, sin embargo, no se puede realizar una investigación contando solamente con los resultados que nos otorga la observación.

Ya que, aunque son breves y principales, no son suficientes para una conclusión o la realización de un cambio. (Fabbri, 1998)

Se optó por la técnica de observación en el Instituto Particular Mixto de Educación Básica y Bachillerato por Madurez por ser el mecanismo líder en el proceso de investigación y recolección de datos, asimismo, se realizó para poder constatar en primer plano, cuáles eran los problemas comunicacionales que presentaba el establecimiento y así llevar a cabo un análisis apropiado.



En las visitas se pudo observar el leve desarrollo comunicativo interno, ya que, no contaban con señales visibles de localización y ubicación en las áreas prioritarias de la institución, asimismo, los distintos espacios carecen de identificación como los servicios comunes y las estaciones de gel y desinfección.

Además, se pudo constatar que algunas secciones del establecimiento son de difícil acceso ya que no cuentan con avisos o indicaciones en los distintos pasillos y senderos.

Las áreas de la institución cuentan con iluminación natural y artificial, asimismo, posee espacios al aire libre favoreciendo el distanciamiento y minimizando la propagación del virus causante del Covid-19, sin embargo, por la amplitud de esos espacios y la falta de identificación es complicado conocer qué beneficios en cuanto a infraestructura ofrece el establecimiento.

En la misma línea de observación, se pudo constatar la leve visibilidad de las señales de salidas emergencias o rutas de evacuación, las cuales, son prioritarias para aminorar o evitar los accidentes en caso de algún suceso de carácter natural.

Entrevista

Esta técnica también está ligada a la recolección de datos de manera personal y directa. Ya que, después de la observación, la entrevista es el segundo proceso más utilizado para investigaciones de campo.

Esto se debe al acercamiento entre el investigador y el objeto en cuestión, asimismo, las entrevistas pueden ser de espectro amplio o cerrado, esto se mide de acuerdo, a las preguntas que se realizan.

Se puede agregar que gran parte de los resultados obtenidos para la valoración de las acciones y conclusiones, provienen de las entrevistas. (Moguel, 2005).



Se realizaron las entrevistas a personal del establecimiento para poder corroborar con más personas, los problemas que se presentaron en la observación. Asimismo, para recabar más información y distintos puntos de vista de un mismo tema.

Las entrevistas, al ser el segundo método más utilizado por su rapidez y eficacia. Se puede utilizar para analizar rápidamente los puntos cualitativos que estos resultados proporcionen.

1.13.2.2 Encuesta

Cómo método de investigación, la encuesta plantea una manera rápida para la obtención de resultados, sin embargo, carece de seriedad al momento de realizarla. Ya que, es una selección de preguntas basadas en el tema a elección y sus respuestas pueden variar dependiendo del receptor, de la misma manera, estas pueden ser contestadas en un ambiente ordinario.

Asimismo, pueden abarcar un grupo pequeño, como un proyecto masivo, gracias a la espontaneidad y la facilidad de los recursos que se emplean para la transmisión de esta estrategia de investigación (Anguita, 2003).

Las encuestas se realizan, en distintas variedades de temas y público, esto se debe a su flexibilidad y manejo rápido para la elaboración y ejecución de las mismas.

Por lo tanto, se efectuaron algunas encuestas a la comunidad de la institución con el fin de conocer cuáles son las áreas del establecimiento que han visto y cuales les ha sido difícil identificar a causa de la falta de señalización.

Asimismo, la encuesta plantea si la falta de identificación es una de las causas por las que algunas áreas no son conocidas o de fácil acceso.



1.13.3 Interpretación de los resultados



Para esta sección se realizó una relación de análisis para la interpretación de datos, cuyo fin era identificar los objetivos y encontrar un resultado concreto, esto con la ayuda de las entrevistas y encuestas realizadas para la investigación de datos cualitativos.

Por medio de las entrevistas realizadas al personal docente y administrativo del Instituto se determinó que sí existen problemas de comunicación no verbal, ya que hay falta de identificación y señalización de las áreas.

Además, el personal indicó que han escuchado comentarios de los alumnos en los que manifestaron que no encuentran con facilidad sus salones y algunas áreas del establecimiento

En tanto, con las encuestas se estableció que el 80 por ciento de los alumnos encuestados no ha visto algún rótulo de señalización con el nombre del establecimiento.

Asimismo, el 60 por ciento de los alumnos encuestados desconoce dónde se ubican las estaciones de higiene; mientras que, el 90 por ciento de los estudiantes no sabe si existen áreas deshabilitadas.

Ante estos hallazgos surge la necesidad de mejorar la comunicación interna no verbal, por medio de la elaboración e implementación de rótulos y señales con el nombre las áreas del Instituto.

1.14 FODA comunicacional

Es un análisis que se emplea para realizar una evaluación de las situaciones en diferentes puntos de vista, ya que esta herramienta diversifica y divide los resultados para una mayor apreciación.



Se cree que el FODA también es una metodología que facilita el proceso al momento de tomar una decisión, ya que, los atributos que posee esta herramienta hacen que el público pueda ubicar de una mejor manera cuales son los problemas o ventajas que representa.

La palabra FODA se divide en las 4 variables que su propio nombre indica:

La letra F: significa Fortaleza

La letra O: Oportunidades

La letra D: Debilidades

Y la letra A: Amenazas (Huerta, 2020)

El FODA más que una herramienta de evaluación es una técnica con resultados efectivos para la toma de decisiones de cualquier ámbito, o en este caso para la creación de un parámetro de investigación.

Esta técnica hace que el investigador se sitúe en una perspectiva que le permita observar y conocer los puntos más importantes para la ejecución de un proceso investigativo, tanto los que se tienen en contra como los que se mueven a favor de algún objeto, instancia o situación.

Tabla 1: FODA

Fortalezas Posee Misión y visión Recurso humano activo Correcto dominio de comunicación entre el personal Instalaciones amplias Áreas iluminadas Flujo de personas fuera de las instalaciones	Oportunidades Instalaciones capacitadas para el uso adecuado de puntos informativos Gestión profesional entre la directiva y los estudiantes. Unión y colaboración entre el personal docente y la comunidad educativa.
Debilidades	Amenazas Áreas desoladas y marginadas



Falta de identificación de secciones prioritarias del establecimiento Largos pasillos entrecruzados Leve comunicación entre áreas Leve manejo de comunicación externa Poca o nula información estratégica en los alrededores Áreas aledañas con aglomeraciones	Falta de alarmas o servicios de auxilio en caso de emergencias o desastres naturales.
---	---

Comunicación
creando futuro

Fuente: Elaboración propia

1.15 Problemas Detectados

La amplitud del establecimiento juega un papel importante en la institución ya que, aunque es una fortaleza, en esta situación es una debilidad, ya que, no cuenta con identificaciones en las distintas secciones.

Áreas no visibles en la institución, por la poca señalización, la comunidad educativa no conoce todos los recursos con los que cuenta el establecimiento.

Falta de indicaciones en la entrada del establecimiento, por ejemplo: rotulación con el nombre de la institución.

División de secciones comunes y secciones no habilitadas para la comunidad estudiantil

Pasillos sin señales guías para la ubicación de los estudiantes y docentes.

No posee identificación de las áreas de desinfección



1.16 Planteamiento del problema comunicacional



¿Cuál es el problema que genera el leve desarrollo de la comunicación interna y externa en las áreas del establecimiento?

A través de la investigación realizada se pudo determinar que la inexistencia de señalización e identificación de las secciones del establecimiento genera un problema de comunicación y de seguridad, ya que, al no estar visibles no se encuentra con rapidez el área solicitada y puede ocasionar distintos inconvenientes aledaños.

Asimismo, a causa de la reciente pandemia que se generó a nivel mundial los estudiantes deben estar recurrentemente desinfectados, por lo que los avisos en las fuentes de higiene deben estar a la vista de toda la comunidad educativa.

En la misma línea se determina que la optimización de la comunicación externa es prioritaria, ya que, se requiere un fortalecimiento de marca institucional entre los clientes potenciales de las áreas cercanas. Esto para incrementar el número de estudiantes en la matrícula 2023.

1.17 Indicadores de Éxito

La institución contará con un anuncio de identificación con el nombre del Establecimiento.

La comunidad estudiantil podrá ubicar fácilmente las áreas que se encuentran en la institución ya que, se realizarán distintas señalizaciones.

La pronta visibilidad de los recursos de higiene hará que el personal del establecimiento y el alumnado pueda recurrir al abastecimiento de gel y productos de desinfección.

Al realizar un proceso de comunicación identificando o marcando las secciones fuera del alcance de los estudiantes, podrán distinguir las áreas adecuadas para su estadía dentro del establecimiento.



1.18 Límites y Alcances de la Investigación

1.18.1 Alcances

Estudiantes del municipio de Escuintla, Escuintla.

Alumnos del Instituto Particular Mixto de Educación Básica y Bachillerato por Madurez

1.18.2 Límite

Se necesita la autorización del personal administrativo de la institución

1.19 Cronograma del Diagnóstico

Tabla 2: Cronograma

Actividades	Semana del 15 de febrero al 17 de marzo			
	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Observación de las áreas del establecimiento				
Investigación de los posibles problemas de comunicación				
Elaboración de breves entrevistas al personal				



Ejecución de Entrevistas a colaboradores y al personal				
Ejecución de encuestas a la comunidad estudiantil				

Fuente: Elaboración propia

1.20 Proyecto a Desarrollar

Elaboración de señales de identificación para visibilizar las áreas comunes del Instituto Particular Mixto de Educación Básica y Bachillerato por Madurez



Capítulo 2



Plan estratégico de Comunicación

2.1 Plan de comunicación

El plan debe describir el proceso de la comunicación para explicar a los directivos y personas claves su utilidad y los efectos positivos de aplicarlos y ayudarles a ser mejores comunicadores.

Como todo proyecto debe contar con una planificación previa para poder ejecutarse de una manera adecuada y en orden.

El plan de comunicación debe contar con un análisis sobre la situación, para ello debe abordar las principales necesidades de la organización, según el orden de importancia del tipo de comunicación requerida.

Según (Fantoni, 2008), la implementación del plan debe contener lo siguiente: temas clave, objetivos, públicos a los que se dirige, mensajes que deben transmitirse, medios de comunicación, tiempo, presupuesto, expectativas, evaluación y seguimiento.

2.2 Elementos comunicacionales

Todo proceso de comunicación requiere de ciertos elementos para que este se lleve a cabo de una adecuada manera.

Si bien la comunicación es un proceso natural de los seres vivos, es necesaria la implementación de algunos recursos para que esta pueda aplicarse de una mejor manera. La comunicación interna de una empresa u organización consiste en un proceso de interacción simbólica en virtud del emisor con aquello que da el hecho mismo de comunicar y qué es lo que comunica.



La comunicación se ejerce en cuatro círculos concéntricos de la relación, según (Jiménez, 1998), los cuales son: los ámbitos intrapersonal, interpersonal, grupal y social.

Los elementos crudos o natos de la comunicación son el emisor, el receptor, el mensaje y el canal; hay otros elementos que influyen en el proceso, estos son el código, la retroalimentación o feedback, el contexto y el campo semántico. Sin embargo, (Jiménez, 1998) describe que no hay comunicación sin feedback, habrá otra cosa, información, por ejemplo.

La réplica o retroalimentación comunicativa es el elemento que permite valorar si el receptor captó adecuadamente el mensaje y en qué medida fue aceptado.

Asimismo, expone el principio de la dialéctica que la comunicación no supone una relación simétrica entre emisor y receptor.

Así, también, el principio de la circunstancialidad dicta que es evidente que el ambiente en el que se transmite el mensaje condiciona que este llegue adecuadamente al receptor, por lo que, asociándolo con la comunicación interna de una empresa, en un ambiente de agresividad no es adecuada la práctica de la comunicación, sus políticas exigen el contexto previo de un clima interno positivo.

Emisor: Instituto particular mixto de educación básica y bachillerato por madurez

Receptor: Comunidad educativa (alumnos, personal docente, administrativo y operativo)

Mensaje: Distintas identificaciones alrededor de la institución, por ejemplo, el nombre del instituto “Instituto particular mixto de educación básica y bachillerato por madurez”.

Áreas de evacuación, identificación de las áreas de servicio, identificación de los pasillos.

Canal: Mantas vinílicas, estructuras plásticas y adhesivos o stickers.



Contexto: El regreso a clases presenciales e identificación de áreas de servicio.

Retroalimentación: La adecuada aceptación de la comunidad educativa (mejorar la orientación de las ubicaciones).

Campo semántico: Educación.

2.3 Objetivos del plan de comunicación

2.3.1 General

Optimizar la comunicación interna y externa.

2.3.2 Específico

Fortalecer la confianza de la comunidad educativa en el regreso a clases.

Contribuir con el fortalecimiento de la marca del Instituto.

2.4 Estrategia

El mejoramiento de la orientación en las distintas áreas estudiantiles, para ello se realizará la implementación de varios recursos informativos, los cuales lograrán señalar puntos importantes de la institución.

El plan estratégico de dicho proyecto es conformar un conjunto de identificaciones notables y adecuadas para el ámbito educativo.

Asimismo, el plan busca crear un ambiente práctico y facilitar la accesibilidad de la comunidad educativa en los diferentes sectores del instituto.



2.5 Actividades



Implementación y colocación de una manta vinílica con el nombre de la institución en el ingreso al Instituto particular mixto de educación básica y bachillerato por madurez, una estructura de plástico con forro vinílico identificando la dirección y la secretaría del centro educativo.

Colocación de stickers vinílicos en los pasillos de la institución, a fin de señalar las rutas de evacuación, salidas de emergencia, asimismo y la identificación del área de servicios sanitarios.

2.6 Público objetivo

Jóvenes de 20 a 40 años

Trabajadores

Hombres y mujeres

Nivel socioeconómico clase C y B-

Residentes en municipio de Escuintla, Escuintla

2.7 Mensaje Clave

El mensaje clave, es una forma de comunicación interna o desde el espacio íntimo de la institución, ayudando a la motivación del equipo y esto realiza una eficacia en el trabajo en equipo.

“Ayudando y educando a la juventud escuintleca”



2.8 Indicadores de las acciones



Se realiza una evaluación sobre el plan de comunicación, esto con el fin de saber si lo que se plasma es lo adecuado para el tipo de proyecto que se quiere implementar.

Para llevar a cabo estos resultados, se necesitan los indicadores, ya que, funcionan para determinar dicha viabilidad con el ejercicio de la estrategia.

Según (González, 2018) Los indicadores son un conjunto de datos que ayudan a medir objetivamente la evolución de un proceso o de una actividad, dichos indicadores pueden ser variados, sin embargo, se puede tomar en cuenta que los diseñados por la estrategia, se le llaman Corporativos.

Asimismo, se encuentran los indicadores de procesos, estos revisan el rendimiento de las estrategias llevadas a cabo.

En este proyecto se tomarán en cuenta ambos indicadores, ya que, los corporativos se han diseñado junto a la estrategia, la cual es visibilizar las áreas comunes en el establecimiento. Por lo tanto, el indicador, podrá determinar que las áreas antes mencionadas, sí necesitan este tipo de identificación para mejorar el ordenamiento y la comunicación en el establecimiento.

También, el indicador de proceso, realizará la gestión de evaluación durante los primeros días de la implementación de las señalizaciones e identificaciones.

2.9 Recurso Humano

Para la realización de cualquier proyecto, es necesario saber con qué recursos se cuenta, en este caso cuáles serán los que beneficiarán a la institución, incluidos recursos materiales como humanos, si es necesaria una readecuación o un nuevo equipo en algunos casos, sin embargo, en la ejecución de esta estrategia, no es necesaria la implementación de nuevos



integrantes al grupo o de una readequación, ya que, el tipo de comunicación que se genera no implica realizar cambios en los recursos ya establecidos.

Asimismo, al momento de plasmar las señales que identifican las rutas de evacuación y salidas de emergencia no es preciso que algún miembro del personal esté retirando y colocando, ya que son señales fijas. Sin embargo, la identificación colocada en dirección sí tendrá que ser retirada y colocada, no obstante, puede realizar la actividad cualquier persona que el director requiera o que se encuentre en esa área laboral. Esta actividad no causará una añadidura de personal.

2.10 Financiamiento y Presupuesto

El financiamiento y presupuesto es una parte indispensable en cualquier manejo de estrategia o elaboración de proyectos, ya que es el encargado de evaluar y saber con seguridad, el precio de cada uno de los recursos que se van a utilizar y cuál es la cantidad económica que se puede invertir para dicho plan.

En este caso se detalla los recursos materiales.

Tabla 3: Presupuesto

Nombre	Tamaño	Cantidad	Precio
Identificación de vinflico vertical con estructura de plástico	1.60 x 50 m	1	Q350
Renovación de manta vinflica sin estructura	1.60 x 50 m	1	Q200
Señales de rutas de evacuación y	16x14 cm	10	Q525



Comunicación
creando futuro

protocolo de salud y desinfección			
Reconocimientos con placas informativas	15x10	3	450
Mural informativo		1	500

2.11 Beneficiarios

Para la buena elaboración de un plan estratégico se debe tener en cuenta la finalidad del mismo, por lo tanto, se especifican los beneficiarios de dicho proyecto.

En este caso, la comunidad educativa ha pasado por una transición masiva, debido a la reciente pandemia -COVID-19- que ha instaurado otra clase de didáctica en los ámbitos escolares, asimismo, al momento de incursionar a las clases presenciales, los estudiantes se acoplan a nuevos estándares por las disposiciones de salud, por lo que, se deben manejar identificaciones y señalizaciones para una mejor ubicación.

Por lo tanto, los beneficiarios directos con el proyecto son los estudiantes y los beneficiarios indirectos; la comunidad educativa en general.

2.12 Área geográfica de acción

Instituto Particular Mixto de Educación Básica y Bachillerato por Madurez, ubicado en la 4ta Avenida 15-20 zona 4 del municipio de Escuintla del departamento de Escuintla.



2.13 Cuadro operativo de la estrategia

Tabla 4: Cuadro operativo de la estrategia

Actividad o producto comunicacional	Objetivo específico al cual obedece	Presupuesto	Recurso humano	Área geográfica de impacto	Beneficiarios	Fecha de Ejecución
Colocación de manta vinílica con el nombre de la institución	Identificar el ingreso al establecimiento	Q240	Diseñador gráfico	Edificio del Instituto particular mixto de educación básica y bachillerato por madurez	Comunidad estudiantil	4 – 8 de julio
Identificación de la dirección y secretaría del Instituto	Facilitar la orientación de los estudiantes y visitantes	Q225	Diseñador gráfico y técnico	Edificio del Instituto	Comunidad educativa	11 – 15 de julio
Colocación de stickers en los pasillos	Identificar las rutas de evacuación y salidas de emergencia	Q130	Diseñador gráfico	Pasillos del centro educativo	Comunidad educativa	18 – 22 de julio



Colocación de nomenclatura a gráfica en los sanitarios	Identificar los sanitarios de uso exclusivo para mujeres y hombres	Q20	Diseñador gráfico	Ingreso a sanitarios del Instituto	Comunidad educativa	15 de julio
--	--	-----	-------------------	------------------------------------	---------------------	-------------

2.14 Cronograma del plan de comunicación

Tabla 5: Cronograma del plan de comunicación

Descripción	Junio				Julio				
	Semanas								
	1	2	3	4	1	2	3	4	5
Presentación del proyecto									
Diseño de mantas vinílicas									
Diseño de señales informativas									
Impresión de mantas vinílicas									
Elaboración de estructura plástica									
Impresión de señales informativas									
Colocación de mantas vinílicas									
Construcción de estructura plástica									
Instalación de señales informativas									
Toma de fotografías									
Entrega del producto final									



Capítulo 3



Ejecución del Plan de Comunicación

3. Informe de ejecución

Al realizar el diagnóstico sobre los procesos de comunicación en el Instituto Particular Mixto de Educación Básica y Bachillerato por Madurez y la elaboración de acciones para fortalecerlos, se implementó una estrategia de comunicación con un conjunto de soluciones que permitieron apoyar y aumentar el alcance comunicacional de la institución.

A continuación, se describen las acciones que se utilizaron para el fortalecimiento de la comunicación interna y externa del Instituto

3.1 Identificación de las áreas principales en el establecimiento

Como parte de esta estrategia comunicacional se implementó una planificación que tuvo como fin, visibilizar las secciones prioritarias en la institución, por lo tanto, se realizó un modelo en lona de vinil, el cual estaba compuesto por el diseño adecuado; (análisis de la paleta de colores y tamaño de fuente), agregando a el arte final, el logotipo y el nombre que identifica la oficina principal, asimismo, se llevó a cabo la impresión e instalación de la lona vinílica en la ubicación correspondiente.

Este proyecto se realizó con el fin de identificar de una manera más eficaz un espacio de vital importancia en la institución, ya que, las acciones que se ejecutan en determinada sección son necesarias para facilitar la comunicación con la comunidad estudiantil.

Durante el proceso de diagnóstico se determinó que no existía una rotulación adecuada de estas zonas educativas y administrativas, constituyendo esto en una barrera comunicacional.



3.1.1 Objetivo

Identificar el área principal del Instituto particular mixto de educación básica y bachillerato por Madurez.

3.1.2 Medio utilizado

El medio que se utilizó para identificar la sección principal del establecimiento consta de una estructura con forro de material vinílico, diseñado adecuadamente con la paleta de colores sincronizada con los tonos preestablecidos del establecimiento, asimismo, una impresión a full color y perforaciones en las esquinas. Además, la señalización cuenta con un forro de doble capa para evitar daños estructurales.

3.1.3 Presupuesto utilizado

Tabla 6: Presupuesto de manta vinílica

Actividad o producto comunicacional	Presupuesto
Colocación de manta vinílica con el nombre de la institución e identificación del área de dirección del establecimiento.	Q240.00
Total	Q240.00

Fuente: elaboración propia



3.1.4 Resultados obtenidos

Elevada aceptación entre los estudiantes de nuevo ingreso, favoreciendo la ubicación más rápida de las oficinas.

3.1.5 Evidencia del material

Figura 2: Fotografía de manta vinílica frente a la dirección



Fuente: elaboración propia



El método de ejecución de la siguiente acción constaba de la evaluación de las áreas adecuadas y con acceso inmediato, conforme al protocolo de riesgo en caso de alguna emergencia derivada de los desastres naturales.

Por lo tanto, se decidió el diseño de plantillas, el cual se realizó con la paleta de colores institucionales y oficiales destinados para rutas de evacuación, asimismo, se instalaron en los distintos pasillos de la institución, con el fin de señalar las rutas más rápidas y adecuadas en caso de evacuar eficazmente en una emergencia.

En la misma línea, para coadyuvar con la disminución del contagio del virus Sars-CoV-2 causante de la enfermedad covid-19 se implementó una estrategia de comunicación interna para visibilizar los puntos sanitarios para la desinfección de manos.

Por lo tanto, se ejecutó una serie de distribuciones de avisos de puntos de higiene, en zonas estratégicas, las cuales facilitan la ubicación de desinfectantes, asimismo, promueven la buena salud.

Además, se realizó la colocación de avisos complementarios como la sección de extintores, puntos de reunión y los servicios sanitarios.

3.2.1 Objetivo

Coadyuvar en el protocolo de comunicación de gestión de riesgo del establecimiento, para la prevención de desastres.



2 Presupuesto utilizado



Tabla 7: Presupuesto de plantillas informativas

Actividad o producto comunicacional	Presupuesto
Ejecución e implementación de plantillas informativas	Q450
Total	Q450

Fuente: elaboración propia

3.2.3 Resultados obtenidos

Mayor ubicación y facilidad de identificación de las rutas de evacuación y puntos de higiene y desinfección, por parte de la comunidad educativa y docente, asimismo, organización en la gestión del protocolo de riesgo y emergencia. Generando un modelo de orden y seguridad ante un posible desastre natural.

3.2.4 Evidencia del material

Figura 3: Fotografía de plantillas de rutas de evacuación



Fuente: elaboración propia



Figura 4: Fotografía de área de desinfección



Fuente: elaboración propia

Figura 5: Fotografía de señalización sobre medidas de bioseguridad



Fuente: elaboración propia



Figura 6: Fotografía de recomendaciones sanitarias



Fuente: elaboración propia

Figura 7: Fotografía de señalización para uso de emergencia



Fuente: elaboración propia



3.3 Elaboración y entrega de reconocimientos a alumnos destacados

En la elaboración de una planificación y estrategia para la mejora de la comunicación externa de la institución, se determinó un modelo de comunicación orgánica, derivado del análisis previo del público objetivo. Ya que, se evaluó que el mayor desempeño en el traslado de información se dará en los actos protocolarios. Por lo que se implementó el diseño de placas conmemorativas con el nombre y logotipo del establecimiento, para que puedan ser otorgadas a los estudiantes destacados de las carreras de diversificado, específicamente a los graduandos que obtengan las calificaciones más altas de su grupo de trabajo.

Este plan se realizó para elevar el flujo de la comunicación externa en el instituto, ya que, se estima que el público traslade la información de “boca en boca” de individuo a individuo, atrayendo a posibles nuevos usuarios estudiantiles. Asimismo, se prevé que una parte de la población educativa compartan fotografías de sus reconocimientos en redes sociales, lo cual, los convertiría en embajadores del establecimiento logrando la mejora de la posición de su marca.

3.3.1 Objetivo

Mejorar la comunicación externa con un método de información orgánica e interpersonal, asimismo, elevar la posición de la marca educativa de la institución.



2 Presupuesto utilizado



Tabla 8: Presupuesto para reconocimientos

Actividad o producto comunicacional	Presupuesto
Entrega de reconocimientos a alumnos destacados	Q600.00
Total	Q600.00

Fuente: elaboración propia

3.3.3 Resultados obtenidos

Optimización de la comunicación externa a través de la conversión de estudiantes en embajadores del Instituto, colaborando con el posicionamiento del nombre del establecimiento educativo entre su círculo familiar y social.



Figura 8: Imagen ilustrativa de los reconocimientos para alumnos destacados



Fuente: Diseño de placas conmemorativas



3.4 Realización de Mural Informativo



Con un enfoque prioritario basado en el análisis del grupo objetivo del establecimiento, se determinó la siguiente estrategia, para mejorar el desarrollo de la comunicación externa e interna.

La visualización de la ubicación de mayor afluencia del instituto, es clave para disponer del área para la ejecución del mural informativo. Ya que, la pared destinada para la elaboración de este proyecto consta de una longitud de 4.5 metros y una altura de 2.5 metros.

El mural constará de una serie de puntos de información, entre los cuales, se encuentran las áreas educativas, la modalidad y los niveles estudiantiles, asimismo, el diseño cuenta con el nombre del establecimiento utilizando la gama de colores preestablecida por la institución.

Cabe resaltar que el director del establecimiento propuso que el mural se realizara cuando la época lluviosa cese, debido a la exposición de la pintura en la pared. Asimismo, se estima que esté plasmado para la temporada de inscripciones.

La ejecución se prevé para octubre, sin embargo, la misma estará sujeta a las condiciones climáticas presentes en el municipio de Escuintla.

3.4.1 Objetivo

Coadyuvar con la comunicación externa e interna realizando un modelo prioritario de un mural informativo, el cual optimiza la transmisión de datos relevantes de la institución.

Presupuesto utilizado



3.4.2 Presupuesto utilizado



Tabla 9: Presupuesto para mural

Actividad o producto comunicacional	Presupuesto
Pintura	Q600
Accesorios	Q100
Realización	Q300
Total	Q1000.00

Fuente: elaboración propia

3.4.3 Resultados obtenidos

Elevación del flujo de información, promoviendo la comunicación interna y externa del establecimiento.

3.5 Cronograma general

Tabla 10: Cronograma general

Descripción	Junio				Julio					Agosto					Septiembre					Octubre					
	Semanas																								
	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	
Presentación del proyecto																									
Diseño del arte final de lona vinílica																									
Diseño de plantillas																									
Impresión de lonas vinílicas																									
Elaboración de estructura plástica																									



Conclusiones



El trabajo de comunicación en el sector de la educación es de suma importancia para eliminar las barreras informativas entre los estudiantes y el personal docente y administrativo.

Asimismo, el análisis del grupo objetivo y el área en la que se realiza el proyecto, es prioritario debido a los factores que influyen en la absorción de información y al traslado de la misma.

Por lo que, la ejecución de las estrategias presentadas se basó en el análisis de grupo al que va dirigida la información de la institución para realizar una satisfactoria implementación y así obtener resultados positivos.

En la misma línea se pudo determinar que el fortalecimiento de los canales de comunicación entre los estudiantes y catedráticos resulta fundamental para que la transmisión de conocimientos fluya de manera correcta, ayudando a la buena organización y la optimización del espacio educativo.



Recomendaciones



Entregar los reconocimientos a los graduandos distinguidos, ya que es una estrategia fundamental para el fortalecimiento de la imagen del el Instituto Particular Mixto de Educación Básica y Bachillerato por Madurez.

Crear alianzas estratégicas con las universidades del país, para que los estudiantes con cierre de pensum en las carreras técnicas y de grado colaboren en el fortalecimiento de la comunicación interna y externa de la institución.

Elaborar un mural en el ingreso a las instalaciones del establecimiento, para fijar la marca del Instituto en sus estudiantes y visitantes.

Realizar un análisis enfocado en el público objetivo de la institución, para que garantice el buen funcionamiento de las estrategias.



Referencias bibliográficas

- Anguita, J. C. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Aten Primaria.
- Brandolini, A., González Frígol, M., & Hopkins, N. (2009). Comunicación interna. Buenos Aires: La Crujía y DIRCOM.
- Bruno, D. (2007). Diagnóstico y poder. Diagnóstico y participación.
- Esteban, A., Jesús, G., María, N., Olarte, C., Reinares, E., & Saco, M. (2008). Principios de marketing. En A. Esteban, G. Jesús, N. María, C. Olarte, E. Reinares, & M. Saco, Principios de marketing (págs. 35-38). España: ESIC.
- Fabbri, M. S. (1998). Las técnicas de investigación: la observación.
- Fantoni, Á. L. (2008). Comunicación total. Madrid: Esic.
- González, M. S. (2018). Gestión Estratégica, innovación y prospectiva en comunicación. UOC.
- Huerta, D. S. (2020). Análisis FODA o DAFO. Madrid: bubok Publishing S.L.
- Jiménez, J. G. (1998). La comunicación interna. Madrid: Díaz de Santos, S. A.
- Moguel, E. A. (2005). Metodología de la Investigación. México.
- Sampieri, R. H. (2014). Metodología de la Investigación. México: Mc Graw Hill Education.
- Tudela, J. B. (2007). Investigación cualitativa. Madrid: ESIC.



Figura 9: Diseños de la ejecución de las entrevistas realizadas

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

¿Ha tenido problemas de comunicación con los maestros?

¿En el establecimiento ha encontrado algún problema debido a la falta de señalización?

¿Cómo se llama la institución?

¿Al regreso a clases presenciales algún estudiante le preguntó dónde estaban las estaciones de higiene?

¿Algún estudiante le ha preguntado dónde se encuentra su salón de clases?

¿Tiene conocimiento de algún estudiante se confundió de dirección mientras buscaba un aula o departamento del Instituto?

¿Conoce las áreas colindantes con el Establecimiento?

Diseño de realización de ejecución de encuestas a la comunidad estudiantil



Figura 10: Diseños de la ejecución de las encuestas realizadas



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

¿Ha visto algún rótulo de identificación con el nombre del establecimiento?

¿Cómo se llama el establecimiento?

¿Conoce dónde están las estaciones de higiene y desinfección?

SI NO

¿Ha utilizado alguna vez, un servicio sanitario que no sea el indicado?

SI NO

¿Conoce alguna área deshabilitada en el establecimiento?

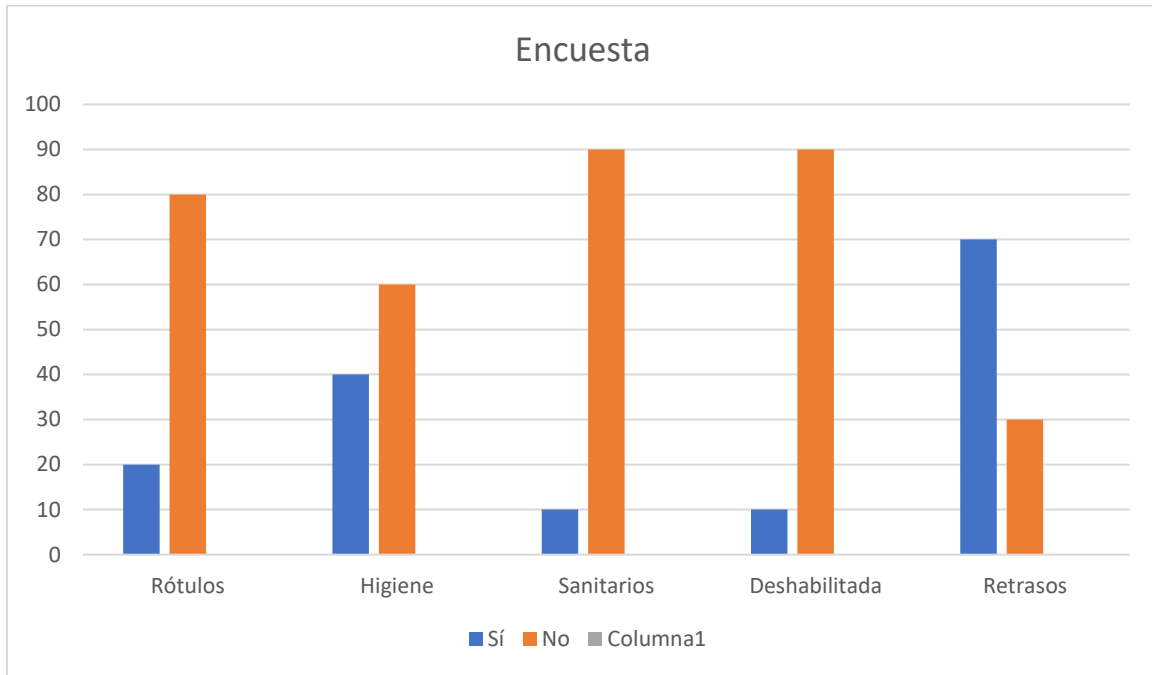
SI NO

¿Ha llegado tarde a clases porque no conoce cuál es el salón que le corresponde?

SI NO




Figura 11: Encuesta



Fuente: Elaboración propia



Figura 12: Primera hoja de horas de práctica


Universidad de San Carlos de Guatemala
 Escuela de Ciencias de la Comunicación
 Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2022

Registro de Horas de práctica

Nombre del Alumno (a): Emily Gabriela Desirée Luis Collado
No. Carné y DPI: 201221148 2588179170501
Jefe o Encargado (a): Salomón Alvarez Andrade
Institución o Empresa: Instituto Particular Mixto de Educación Básica y Bachillerato por Madurez
Supervisor de EPSL: Licenciada Krista Ramírez

Sem . No.	Fechas	MES	HORAS DE PRACTICA							Total horas en la Semana	Actividades realizadas
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.			
1	Del: 25 / Al: 31	Enero	3	2	3	2	2	4	16	Procedimiento de la fase diagnóstica y observación de las áreas del establecimiento	
2	Del: 12 / Al: 18	Febrero					2	2	4	Acercamiento con el supervisor	
3	26	Febrero						2	2	Reunión con el director del establecimiento	
4	Del: 01 / Al: 11	Marzo	3	3	3	2	4	5	20	Elaboración y entrega de la fase diagnóstica	
5	Del: 4 / Al: 7	Abril	1	1	1	1	1	1	6	Procedimiento de la segunda fase	
6	Del: 8 / Al: 30	Abril	6	5	3	6	2	7	29	Elaboración del plan estratégico de comunicación	

Fuente: Elaboración propia




Figura 13: Última hoja de horas de práctica

7	Del: 9 / Al: 13	Mayo							2	2	Presentación de la planificación del proyecto al director del establecimiento
8	Del: 1 / Al: 30	Junio	12	8	12	11	9	12	12	64	Ejecución del plan estratégico de comunicación
9	Del: 1 / Al: 31	Julio	13	11	15	14	13	12	12	78	Ejecución del plan estratégico de comunicación
10	Del: 1 / Al: 31	Agosto	10	11	13	15	13	6	6	68	Ejecución del plan estratégico de comunicación y elaboración del Informe final
11	Del: 1 / Al: 30	Septiembre	4	5	3:15	5	3	1	1	21:15	Elaboración del Informe final y examen privado
TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS										310:15 hrs	

(f) 
Nombre, firma y sello(a) o Encargado



(f) 
Nombre Supervisor – Supervisor EPSL

Fuente: Elaboración propia