

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO



**DIAGNÓSTICO Y EJECUCIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIÓN  
INTERNA EN EL LICEO PREUNIVERSITARIO DE INFORMÁTICA Y  
TECNOLOGÍA, ALDEA EL PORVENIR, VILLA CANALES**

ROSA ISABEL MORALES MACAJOLA

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

GUATEMALA, OCTUBRE 2022

**Universidad de San Carlos de Guatemala**

Escuela de Ciencias de la Comunicación

Ejercicio Profesional Supervisado



**Diagnóstico y ejecución del plan de comunicación interna en el Liceo  
Preuniversitario de Informática y Tecnología, aldea El Porvenir, Villa Canales**

**Comunicación**

*creando futuro*

**Presentado por:**

Rosa Isabel Morales Macajola

**Previo a optar el título de:**

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

**Asesor:**

M.A. Marvin Samuel Sarmientos Yuman

**Guatemala, octubre 2022**



**Universidad 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 Morazán Gaitán

M.A. Evelin Hernández

Licda. Krista María Ramírez

Licda. Brenda Yanira Chacón Arévalo

**Supervisores**

M.A. Marvin Sarmientos Yuman

M.A. Edgar Martínez García

Lic. Luis Fernando Lucero

Lic. Mynor René Martínez

M.A. Allan López



Guatemala 24 de octubre 2022

Estudiante de EPS de Licenciatura  
**Rosa Isabel Morales Macajola**  
Registro académico 201016905  
Presente.

Para su conocimiento y efectos se hace constar que:

Después de evaluar su trabajo académico de forma digital titulado: **Diagnóstico y ejecución del plan de comunicación interna en el Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología, aldea El Porvenir, Villa Canales** 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 Secretaría de la ECC

Sin más que hacer constar,



M.A Luis Arturo Pedroza Gaytán  
Coordinador

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

M.A. Marvin Samuel Sarmientos Yumán  
Supervisor



Guatemala, 10 de febrero 2022

EPSL-2022

Licenciado Wilman Antonio Galindo  
Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología  
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: **Rosa Isabel Morales Macajola de Gómez** con número de registro académico **201016905** y Carné **1711556610116** 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

"ID 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](http://www.comunicacion.usac.edu.gt)

(502) 2418-8920





# LICEO PREUNIVERSITARIO DE INFORMÁTICA Y TECNOLOGÍA

Somos de lo bueno,  
lo mejor"

El Porvenir, Villa Canales 20 de febrero de 2022.

M.A. Luis Pedroza  
Coordinador de EPS de Licenciatura  
Universidad de San Carlos de Guatemala  
Presente.

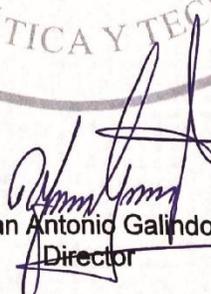
Distinguido Licenciado:

Reciba un cordial saludo del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología, ubicado en Aldea El Porvenir, municipio de Villa Canales, departamento de Guatemala.

Vista la solicitud presentada por la estudiante Rosa Isabel Morales Macajola de Gómez, quien es estudiante de la carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, registro académico No. 201016905 y carné estudiantil No. 1711556610116, me permito informarle a usted que fue aceptada la profesional antes mencionada, para que realice su Ejercicio Profesional Supervisado en el establecimiento educativo que yo dirijo, a partir del 13 de febrero de 2022 en adelante.

De antemano agradezco la confianza que se ha prestado a nuestra institución.

Atentamente.

  
Lic. Wilman Antonio Galindo López  
Director



---

Aldea El Porvenir, Villa Canales, Guatemala, C. A.



**Para efectos legales, únicamente la autora es responsable del contenido del presente trabajo.**



## Dedicatoria

A Jehová Dios:

Por darme la vida, las energías, las fuerzas, el deseo y la posibilidad de iniciar y finalizar este proyecto de vida, por brindarme la oportunidad de desarrollarme profesionalmente y sentir la alegría de culminar una meta trazada.

“He llegado a la conclusión de que no hay nada mejor para ellos que alegrarse y hacer el bien durante su vida, [...] y disfruten de todo su duro trabajo. Eso es un regalo de Dios.” Eclesiastés capítulo 3 y versículo 13, Traducción del Nuevo Mundo de los testigos de Jehová.

A mi esposo:

Kevin Gómez, por acompañarme durante este proceso de aprendizaje y estar a mi lado durante esas jornadas de arduo trabajo.

A mi melliza:

Mariela Morales, por estar al pendiente de las etapas que iba avanzando en el proceso, por insistirme en seguir adelante y por confiar en mis habilidades para asignarme diversos trabajos de diseño que me permitieron cubrir la parte económica del proyecto.

A mi familia:

Teresa, Carlos, Juan Carlos, María Elena y Mariela, por motivarme a seguir aprendiendo y enseñarme con su ejemplo que la perseverancia tiene sus resultados.



## Agradecimientos

A la Universidad de San Carlos de Guatemala, por acogerme como estudiante durante estos años de formación académica y permitirme crecer profesionalmente.

A la Escuela de Ciencias de la Comunicación, por adentrarme en el magnífico mundo de la comunicación y ayudarme a descubrir mi pasión por la creatividad en sus diferentes manifestaciones.

Al Ejercicio Profesional Supervisado, por darme la oportunidad de pertenecer al programa y poder cerrar este ciclo en mi vida.

Al M.A. Marvin Sarmientos, por su asesoría, apoyo y disposición al guiarme durante las diferentes etapas del Ejercicio Profesional Supervisado.

Al Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología, por la confianza, oportunidad brindada y experiencia adquirida al ejecutar cada una de las fases del proyecto. Gracias Licenciado Wilman Galindo, personal docente y administrativo por la ayuda brindada.

Gracias a mi esposo, a mi melliza y a mi familia por el apoyo dado y, sobre todo, las gracias a Jehová Dios por permitirme cerrar con éxito este ciclo en mi vida.



## Índice

Introducción.....	I
Justificación.....	III
Antecedentes.....	V
Capítulo 1.....	1
1. Diagnóstico de comunicación.....	1
1.1 La institución.....	1
1.2 Perfil institucional.....	1
1.3 Ubicación geográfica.....	2
1.4 Origen e historia.....	3
1.5 Integración y alianzas estratégicas.....	3
1.6 Departamentos o dependencias de la institución.....	4
1.6.1 Dirección.....	4
1.6.2 Contador.....	4
1.6.3 Secretaría.....	4
1.6.4 Personal de mantenimiento.....	4
1.6.5 Comisiones.....	5
1.6.5.1 Comisión de evaluación.....	5
1.6.5.2 Comisión de ornato.....	5
1.6.5.3 Comisión de cultura.....	5
1.6.5.4 Comisión de gestión y riesgo.....	5
1.6.6 Docente.....	5



1.7 Organigrama de la empresa .....	6
1.8 Misión de la institución .....	7
1.9 Visión de la institución.....	7
1.10 Objetivos institucionales.....	7
1.10.1 Objetivo general .....	7
1.10.2 Objetivos específicos.....	7
1.11 Público objetivo.....	8
1.12 Diagnóstico.....	8
1.12.1 Pregunta de investigación.....	8
1.12.2 Objetivo general .....	8
1.12.3 Objetivos específicos.....	9
1.13 Metodología.....	9
1.13.1 Descripción del método.....	10
1.13.2 Técnicas e instrumentos de recolección .....	10
1.13.2.1 La observación no participante.....	11
1.13.2.2 Documentación.....	12
1.13.2.3 Análisis de contenido.....	13
1.13.2.4 Entrevista semiestructurada.....	13
1.13.3 Interpretación de los resultados .....	15
1.14 FODA comunicacional.....	26
1.15 Problemas detectados .....	28
1.16 Planteamiento del problema comunicacional.....	28
1.17 Indicadores de éxito.....	29
1.18 Límites y alcances de la investigación .....	29



1.18.1 Límites .....	30
1.18.2 Alcances .....	30
1.19 Cronograma del diagnóstico.....	31
1.20 Proyecto a desarrollar .....	32
Capítulo 2 .....	33
2. Plan estratégico de comunicación .....	33
2. 1 Plan de comunicación.....	33
2.2 Elementos comunicacionales.....	33
2.2.1 Proceso comunicacional .....	35
2.2.2 Comunicación organizacional .....	37
2.2.3 Comunicación interna.....	37
2.2.4 Cultura organizacional.....	37
2.2.4.1 Identidad corporativa.....	38
2.2.4.2 Identidad visual .....	39
2.2.4.3 <i>Engagement</i> o sentido de pertenencia .....	39
2.3 Objetivos del plan de comunicación.....	40
2.3.1 Objetivo general .....	40
2.3.2 Objetivos específicos.....	40
2. 4 Estrategia .....	40
2.4.1 Estrategia comunicacional del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología.....	41
2.5 Actividades o acciones de la estrategia .....	42
2.6 Público objetivo.....	57
2.7 Mensaje clave .....	57
2.8 Indicadores de las acciones.....	58



2.9 Recurso humano .....	61
2.10 Financiamiento y presupuesto .....	62
2.11 Beneficiarios .....	64
2.11.1 Primarios.....	64
2.11.2 Secundarios.....	64
2.12 Áreas geográficas de acción .....	65
2.13 Cuadro operativo de la estrategia .....	66
2.14 Cronograma del plan de comunicación .....	67
Capítulo 3 .....	69
3. Informe de ejecución .....	69
3.1 Ejecución 1: creación y promoción del manual de procedimientos de identidad corporativa del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología .....	69
3.1.1 Manual de procedimientos de identidad corporativa.....	70
a. Objetivo .....	71
b. Medio utilizado.....	71
c. Presupuesto utilizado .....	72
d. Resultados obtenidos .....	72
e. Evidencia del material .....	73
3.1.2 Visibilidad de la parte filosófica de la institución .....	78
a. Objetivo .....	78
b. Medio utilizado.....	78
c. Presupuesto utilizado .....	79
d. Resultados obtenidos .....	79
e. Evidencia del material .....	80



3.1.3 Reunión de presentación: manual de procedimientos de identidad corporativa .....	84
a. Objetivo .....	84
b. Medio utilizado.....	84
c. Presupuesto utilizado .....	85
d. Resultados obtenidos .....	85
e. Evidencia del material .....	88
3.2 Ejecución 2: implementación de piezas de comunicación interna en el Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología.....	92
3.2.1 Cartelera informativa.....	92
a. Objetivo .....	92
b. Medio utilizado.....	92
c. Presupuesto utilizado .....	93
d. Resultados obtenidos .....	93
e. Evidencia del material .....	96
3.2.2 Buzón de ideas.....	99
a. Objetivo .....	99
b. Medio utilizado.....	99
c. Presupuesto utilizado .....	100
d. Resultados obtenidos .....	100
e. Evidencia del material .....	103
3.2.3 Pizarra positiva .....	106
a. Objetivo .....	106
b. Medio utilizado.....	106
c. Presupuesto utilizado .....	107



d. Resultados obtenidos .....	107
e. Evidencia del material .....	110
3.2.4 Promoción de los nuevos canales de comunicación interna.....	113
a. Objetivo .....	113
b. Medio utilizado.....	113
c. Presupuesto utilizado .....	113
d. Resultados obtenidos .....	114
e. Evidencia del material .....	116
3.3 Ejecución 3: interiorización de la cultura organizacional con el personal docente y administrativo del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología .....	121
3.3.1 Paquete de bienvenida al ciclo escolar .....	121
a. Objetivo .....	121
b. Medio utilizado.....	121
c. Presupuesto utilizado .....	122
d. Resultados obtenidos .....	122
e. Evidencia del material .....	123
3.3.2 Convocatoria vota por tu portada favorita.....	126
a. Objetivo .....	126
b. Medio utilizado.....	126
c. Presupuesto utilizado .....	127
d. Resultados obtenidos .....	127
e. Evidencia del material .....	130
3.4 Cronograma .....	136
Conclusiones.....	138



Recomendaciones .....	139
Referencias bibliográficas .....	140
Anexos .....	144





## Índice de tablas

Tabla 1	<i>Técnicas e instrumentos de recolección de datos</i> .....	11
Tabla 2	<i>Recomendaciones para realizar una entrevista</i> .....	14
Tabla 3	<i>Resultados de la observación no participante</i> .....	16
Tabla 4	<i>Documentación-Proyecto Educativo Institucional (P.E.I)</i> .....	17
Tabla 5	<i>Análisis de contenido - canales de comunicación</i> .....	18
Tabla 6	<i>Análisis de contenido - guía de canales de comunicación</i> .....	19
Tabla 7	<i>Resumen de entrevistas: responde a la identificación y afinidad con la institución</i> .....	20
Tabla 8	<i>Resumen de entrevistas: responde al objetivo general</i> .....	21
Tabla 9	<i>Resumen de entrevistas: responde al primer objetivo específico</i> .....	22
Tabla 10	<i>Resumen de entrevistas: responde al segundo objetivo específico</i> .....	23
Tabla 11	<i>Resumen de entrevistas: responde al tercer objetivo específico</i> .....	24
Tabla 12	<i>Consensos y disensos en la entrevista</i> .....	25
Tabla 13	<i>Cronograma del diagnóstico</i> .....	31
Tabla 14	<i>Acciones de la estrategia comunicacional número 1</i> .....	43
Tabla 15	<i>Acciones de la estrategia comunicacional número 2</i> .....	48
Tabla 16	<i>Acciones de la estrategia comunicacional número 3</i> .....	53
Tabla 17	<i>Mensaje comunicacional de la estrategia</i> .....	57
Tabla 18	<i>Indicador de acciones: estrategia número 1</i> .....	58
Tabla 19	<i>Indicador de acciones: estrategia número 2</i> .....	59
Tabla 20	<i>Indicador de acciones: estrategia número 3</i> .....	60
Tabla 21	<i>Recurso humano</i> .....	61
Tabla 22	<i>Financiamiento del plan comunicacional</i> .....	62



Tabla 23 <i>Presupuesto del plan comunicacional</i> .....	63
Tabla 24 <i>Cuadro operativo de la estrategia comunicacional</i> .....	66
Tabla 25 <i>Cronograma del plan comunicacional</i> .....	67
Tabla 26 <i>WhatsApp - Calendario editorial, nuevos canales de comunicación</i> .....	68
Tabla 27 <i>Presupuesto: manual de procedimientos de identidad corporativa</i> .....	72
Tabla 28 <i>Ficha técnica: vectorización del logotipo</i> .....	74
Tabla 29 <i>Ficha técnica: manual de procedimientos de identidad corporativa</i> .....	76
Tabla 30 <i>Presupuesto: visibilidad de la parte filosófica de la institución</i> .....	79
Tabla 31 <i>Ficha técnica: visibilidad de la parte filosófica</i> .....	83
Tabla 32 <i>Presupuesto: reunión de presentación del manual de procedimientos de identidad corporativa</i> .....	85
Tabla 33 <i>Resumen de encuesta: presentación manual de procedimientos de identidad corporativa y filosofía educativa</i> .....	86
Tabla 34 <i>Agenda: reunión de presentación y explicación, manual de procedimientos de identidad corporativa</i> .....	88
Tabla 35 <i>Presupuesto: cartelera informativa</i> .....	93
Tabla 36 <i>Resumen de encuesta: cartelera informativa</i> .....	94
Tabla 37 <i>Ficha técnica: cartelera informativa</i> .....	96
Tabla 38 <i>Presupuesto: buzón de ideas</i> .....	100
Tabla 39 <i>Resumen de encuesta: buzón de ideas</i> .....	101
Tabla 40 <i>Ficha técnica: buzón de ideas</i> .....	103
Tabla 41 <i>Presupuesto: pizarra positiva</i> .....	107
Tabla 42 <i>Resumen de encuesta: pizarra positiva</i> .....	108
Tabla 43 <i>Ficha técnica: pizarra positiva</i> .....	110



Tabla 44 <i>Presupuesto: promoción de los nuevos canales de comunicación interna</i> .....	113
Tabla 45 <i>Resumen de encuesta: promoción de los nuevos canales de comunicación interna</i> ....	114
Tabla 46 <i>Presupuesto: paquete de bienvenida</i> .....	122
Tabla 47 <i>Ficha técnica: paquete de bienvenida</i> .....	123
Tabla 48 <i>Presupuesto: vota por tu portada favorita</i> .....	127
Tabla 49 <i>Ficha técnica: portadas/manual de procedimientos de identidad corporativa</i> .....	130
Tabla 50 <i>Cronograma general - primer semestre 2022</i> .....	136
Tabla 51 <i>Cronograma general – abril - noviembre 2022</i> .....	137



## Índice de figuras

Figura 1 <i>Mapa-ubicación geográfica</i> .....	2
Figura 2 <i>Organigrama del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología</i> .....	6
Figura 3 <i>Matriz FODA</i> .....	27
Figura 4 <i>Esquema del proceso comunicacional</i> .....	34
Figura 5 <i>Manual de identidad corporativa</i> .....	44
Figura 6 <i>Visibilidad de la parte filosófica y señalización del establecimiento educativo</i> .....	45
Figura 7 <i>Reunión de presentación del manual de identidad corporativa</i> .....	46
Figura 8 <i>Cartelera informativa del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología</i> .....	49
Figura 9 <i>Pizarra positiva y sugerencias</i> .....	50
Figura 10 <i>Promoción de los nuevos canales de comunicación</i> .....	51
Figura 11 <i>Guía básica de inducción, funciones, procedimientos y documentación</i> .....	54
Figura 12 <i>Paquete de bienvenida</i> .....	55
Figura 13 <i>Convocatoria: vota por tu portada favorita</i> .....	56
Figura 14 <i>Mapa - ubicación geográfica</i> .....	65
Figura 15 <i>Vectorización del logotipo</i> .....	73
Figura 16 <i>Diagramación: manual de procedimientos de identidad corporativa</i> .....	75
Figura 17 <i>Manual de procedimientos de identidad corporativa</i> .....	77
Figura 18 <i>Manual de procedimientos de identidad corporativa-impreso y formato PDF</i> .....	77
Figura 19 <i>Diseño: filosofía corporativa -señalización de salones de clases y áreas comunes</i> .....	80
Figura 20 <i>Visibilidad: misión y visión</i> .....	80
Figura 21 <i>Señalización: salones de clases/letreros de seguridad</i> .....	81



Figura 22 <i>Mapa de ubicación: señalización de salones de clases, áreas comunes, letreros de seguridad, misión y visión</i> .....	82
Figura 23 <i>Encuesta de opinión: manual de procedimientos de identidad corporativa y filosofía educativa</i> .....	87
Figura 24 <i>Listado de asistencia: reunión de presentación del manual de procedimientos de identidad corporativa</i> .....	89
Figura 25 <i>Distribución en formato digital del manual de procedimientos de identidad corporativa</i> .....	89
Figura 26 <i>Invitación para asistir a la reunión de presentación del manual de procedimientos de identidad corporativa</i> .....	90
Figura 27 <i>Reporte fotográfico de la reunión de presentación del manual de procedimientos de identidad corporativa</i> .....	91
Figura 28 <i>Encuesta de opinión: cartelera informativa</i> .....	95
Figura 29 <i>Maquetación del cintillo de la cartelera informativa</i> .....	97
Figura 30 <i>Maquetación de la guía para el manejo de la cartelera informativa</i> .....	97
Figura 31 <i>Cartelera informativa: colocación y uso</i> .....	98
Figura 32 <i>Encuesta de opinión: buzón de ideas</i> .....	102
Figura 33 <i>Maquetación del identificador del buzón de ideas</i> .....	104
Figura 34 <i>Maquetación de la guía de procedimiento para el manejo del buzón de ideas/hoja de ideas</i> .....	104
Figura 35 <i>Buzón de ideas: implementación</i> .....	105
Figura 36 <i>Encuesta de opinión: pizarra positiva</i> .....	109
Figura 37 <i>Maquetación del cintillo de la pizarra positiva</i> .....	111
Figura 38 <i>Maquetación de la guía para el manejo de la pizarra positiva</i> .....	111
Figura 39 <i>Pizarra positiva: implementación</i> .....	112



Figura 40 <i>Mensajes escritos en la pizarra positiva</i> .....	112
Figura 41 <i>Encuesta de opinión: promoción de los nuevos canales de comunicación</i> .....	115
Figura 42 <i>Maquetación de los mensajes promocionales de los nuevos canales de comunicación interna</i> .....	116
Figura 43 <i>Recopilación de los diferentes mensajes personalizados</i> .....	117
Figura 44 <i>Mensajes para incentivar a utilizar los nuevos canales de comunicación interna</i> ....	118
Figura 45 <i>Mensajes personalizados, para fomentar el sentido de pertenencia de los colaboradores</i> .....	119
Figura 46 <i>Mensajes para promocionar la parte filosófica de la institución</i> .....	120
Figura 47 <i>Tarjeta de bienvenida</i> .....	124
Figura 48 <i>Evidencia fotográfica: paquete de bienvenida al ciclo escolar 2023</i> .....	125
Figura 49 <i>Formulario: vota por tu portada favorita</i> .....	129
Figura 50 <i>Maquetación portadas: manual de procedimientos de identidad corporativa</i> .....	131
Figura 51 <i>Formulario de votación</i> .....	132
Figura 52 <i>Portada ganadora</i> .....	133
Figura 53 <i>Promoción convocatoria: vota por tu portada favorita</i> .....	134
Figura 54 <i>Fotografías de la actividad</i> .....	135



## Introducción

El ejercicio profesional supervisado permite aplicar los conocimientos comunicacionales adquiridos, para analizar la situación real de las condiciones de comunicación en las que se encuentra una institución, empresa u organización, proporcionando la información oportuna para tomar decisiones adecuadas que permitan el flujo correcto de la información.

El Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología, brindó la oportunidad de conocer la estructura comunicacional presente en la institución, explorando la forma, el proceso y los canales de comunicación utilizados para la transmisión de la información entre el personal y dirección.

El establecimiento educativo tiene como objetivo brindar instrucción académica para apoyar el desarrollo profesional de los jóvenes en edad escolar en la aldea el Porvenir, del municipio de Villa Canales. Dicha labor es una tarea ardua y en muchos casos, difícil de cumplir, para alcanzarla es importante que la comunicación entre el personal docente, administrativo y directivos fluya efectivamente. Por lo que el diagnóstico comunicacional, ayudó a identificar la forma en que se transmite la información de manera interna.

El diagnóstico comunicacional fue una investigación de tipo descriptiva, utilizando como método de enfoque el cualitativo, y contando con la observación no participante, la documentación, el análisis de contenido y las entrevistas semiestructuradas como técnicas de recolección de datos, las cuales se desarrollaron y cotejaron con el propósito de identificar los aspectos a fortalecer dentro de la institución en materia comunicacional.

El plan comunicacional fue diseñado, a partir del diagnóstico realizado, en el que se identificaron desafíos en las áreas de comunicación visual, interiorización de la parte filosófica de la institución, canales de comunicación para reforzar la información que se transmite y procesos de inducción. Por lo que se plantearon tres líneas estratégicas de comunicación, transformando los desafíos en oportunidades de crecimiento para el plantel educativo.

La propuesta comunicacional establecida, abordó la identidad visual y corporativa de la institución, centrándose en tres estrategias que se aplicaron como procesos integrales, orientando los objetivos



del establecimiento educativo hacia los ejes comunicacionales previstos en el plan de trabajo para el desarrollo de la comunicación organizacional.

Como punto de partida se desarrolló la identidad visual y corporativa, que englobó la esencia e imagen del establecimiento educativo. Enfrentándose así, a la idea preconcebida de que las formalidades comunicacionales pertenecen exclusivamente a las empresas de mayor rango. Posteriormente se implementaron piezas de comunicación interna, que permitieron mantener abiertas las líneas de contacto e información entre directores y colaboradores.

También se establecieron procedimientos de inducción para el manejo de la información y documentación interna del personal docente y administrativo, interiorizando la cultura organizacional de la institución. Las tres estrategias utilizadas buscaron generar sentido de pertenencia en los colaboradores, asignándoles un papel activo en el proceso comunicacional.



## Justificación

De manera errónea se considera que, los planes de comunicación y estrategias internas, son operaciones ejecutadas y necesarias únicamente para aquellas empresas comerciales de mayor envergadura. Sin embargo, una comunicación efectiva es imprescindible en todos los ambientes laborales, económicos, políticos y sociales. Aunque se busca sistematizar los procesos, el capital humano continúa siendo un eje fundamental en el funcionamiento de una organización, por eso es importante una comunicación efectiva.

Al escuchar el término instituto, colegio o escuela, se concibe en la mente la idea de un grupo de niños o adolescentes recibiendo instrucción de un maestro o profesor encargado, pero el concepto es más de lo que el término sugiere. Un establecimiento educativo, es toda una estructura conformada por personas responsables de liderar, coordinar y organizar todas las actividades que se efectúan en el plantel educativo.

Durante la pandemia las instituciones vieron la necesidad de adaptarse, muchos de los establecimientos educativos no contaban con las herramientas necesarias para comunicarse a distancia y la forma más práctica para entablar conversaciones con el personal docente y administrativo fue a través de los canales de mensajería instantánea.

Si bien, se ha considerado que el ambiente de un centro educativo recae únicamente en la interacción de docentes y alumnos, es importante conocer la manera en que se organiza la institución, al hacerlo se podrá establecer la forma en que se transmite la información. Es por ello que se desarrolló un análisis y plan de trabajo para fortalecer la comunicación interna del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología.

El plan comunicacional del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología fue elaborado, tomando en cuenta las necesidades comunicacionales internas que presentaba la institución. El establecimiento educativo cuenta con más de 13 años al servicio de la comunidad, por lo que es una institución reconocida en la aldea El Porvenir del municipio de Villa Canales y a través de la



estrategia comunicacional se persiguió consolidar la cultura organizacional y corporativa del centro educativo.

El plan comunicacional ofreció soluciones a la problemática descrita anteriormente, porque las estrategias se fundamentaron en fortalecer la imagen institucional, a través de una serie de acciones concretas en donde se vinculó a los empleados con la institución, tomando en cuenta las opiniones, ideas y sugerencias de los mismos.

Por lo tanto, la comunidad interna que conforma el centro educativo se benefició de la estrategia comunicacional, porque definir la identidad visual y corporativa, permitió crear sentido de pertenencia entre los colaboradores, favoreciendo el reconocimiento, empatía y confianza hacia el establecimiento educativo, haciendo propios los objetivos de la institución.



## Antecedentes

La comunicación efectiva dentro de las organizaciones ha sido por mucho tiempo un problema difícil de solventar. Aunque existen formas de paliar la situación muchas dependencias deciden no hacerlo por lo que no se dan a la tarea de evaluar los canales de comunicación.

En los establecimientos educativos en donde el recurso humano juega un papel fundamental, para brindar un servicio de calidad, es necesario que se evalúen constantemente las formas de comunicación para detectar la manera en que fluye la información a toda la comunidad educativa con el fin de evitar la deserción escolar y atraer nuevos prospectos.

En la Biblioteca Flavio Herrera de la Escuela de Ciencias de la Comunicación se encontraron algunos trabajos de investigación realizados en diferentes centros educativos, que se utilizaron de referencia para el diagnóstico comunicacional del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología.

Uno de los proyectos de investigación corresponde a Argueta (2021) quien realizó un “Diagnóstico y estrategia de comunicación externa para crear la imagen institucional en redes sociales en colegio El Camino”. Como relata la autora en su texto, luego de un diagnóstico detallado en el establecimiento, concluyó que era necesario fortalecer la imagen corporativa y generar presencia de la marca en redes sociales.

Un segundo trabajo de investigación elaborado por Contreras (2021) denominado Diagnóstico y estrategia de comunicación externa para el colegio “EL Castillo de María” ubicado en zona 2, Guatemala. Se centra en evaluar la comunicación externa y los medios digitales del establecimiento educativo. La investigación fue descriptiva con un enfoque mixto en donde intervinieron diversas técnicas de recolección de datos, como la observación.

La observación consistió en una exploración visual de los muros de las redes sociales del establecimiento educativo en donde se detectó que no existía armonía gráfica, ni temporalidad en las publicaciones.



Las técnicas de recolección utilizadas reflejaron que el establecimiento educativo, necesitaba mejorar los canales de comunicación externa, por lo que se propuso la creación de un manual de identidad corporativa y la capacitación al personal encargado de las publicaciones en redes sociales.

Un tercer trabajo de investigación lo presenta Loarca (2020) quien elaboró el “Diagnóstico y estrategia de comunicación interna para fortalecer la imagen del colegio Mixto Teresa Martin Quetzaltenango”. Una de las dificultades que se relatan en la investigación es el surgimiento a nivel mundial de la pandemia Covid-19, lo que ayudó a descubrir que la institución no contaba con una estrategia para comunicaciones de emergencia.

Además, Loarca (2020) comenta que el establecimiento educativo no disponía de un rubro para el fortalecimiento de la marca, por eso no se había invertido en la creación de un manual de imagen y cultura organizacional, las adaptaciones del logotipo habían sido realizadas de manera empírica. Para fortalecer la imagen y comunicación interna se sugiere el desarrollo del manual de imagen corporativa, una guía para el manejo de *Facebook* institucional y capacitaciones al personal docente, sobre su función como representantes de la marca.

Por último, se analizó la tesis titulada: “Diagnóstico y propuesta de comunicación interna para el colegio Kids World”. (Baldizón, 2018)

Esta tesis tuvo como fin evaluar la forma de comunicación interna dentro del establecimiento, a través del desarrollo de una investigación descriptiva con un enfoque cuantitativo, se descubrió que no existía un canal establecido para el flujo de la comunicación entre colaboradores, tomando en cuenta ese hecho se propuso implementar una estrategia de comunicación interna, incorporando una plataforma virtual para uso de los trabajadores con el fin de evitar el sesgo de la información.

Los proyectos de investigación citados en este apartado, sentaron las bases para la realización del análisis comunicacional interno y plan de trabajo del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología.



## Capítulo 1

### 1. Diagnóstico de comunicación

#### 1.1 La institución

Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología.

#### 1.2 Perfil institucional

El Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología, es una institución educativa del sector privado, con el objetivo de contribuir a la formación de los adolescentes que residen en la aldea El Porvenir, Villa Canales y sus alrededores. En la actualidad cuenta con los niveles de básicos y diversificado en jornada matutina, fin de semana y carreras por madurez.

Tal como lo describe en su Proyecto Educativo Institucional (P.E.I) el Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología, atiende a estudiantes de nivel Básico (primero, segundo y tercero) y Diversificado (Perito contador, Secretariado y oficinista, Secretariado bilingüe y Bachillerato en ciencias y letras). Sin discriminación de género, etnia, idioma, creencias religiosas, nivel socioeconómico y necesidades educativas especiales asociadas o no a la discapacidad. Los padres de familia son parte primordial en el proceso educativo.

Código del centro educativo:

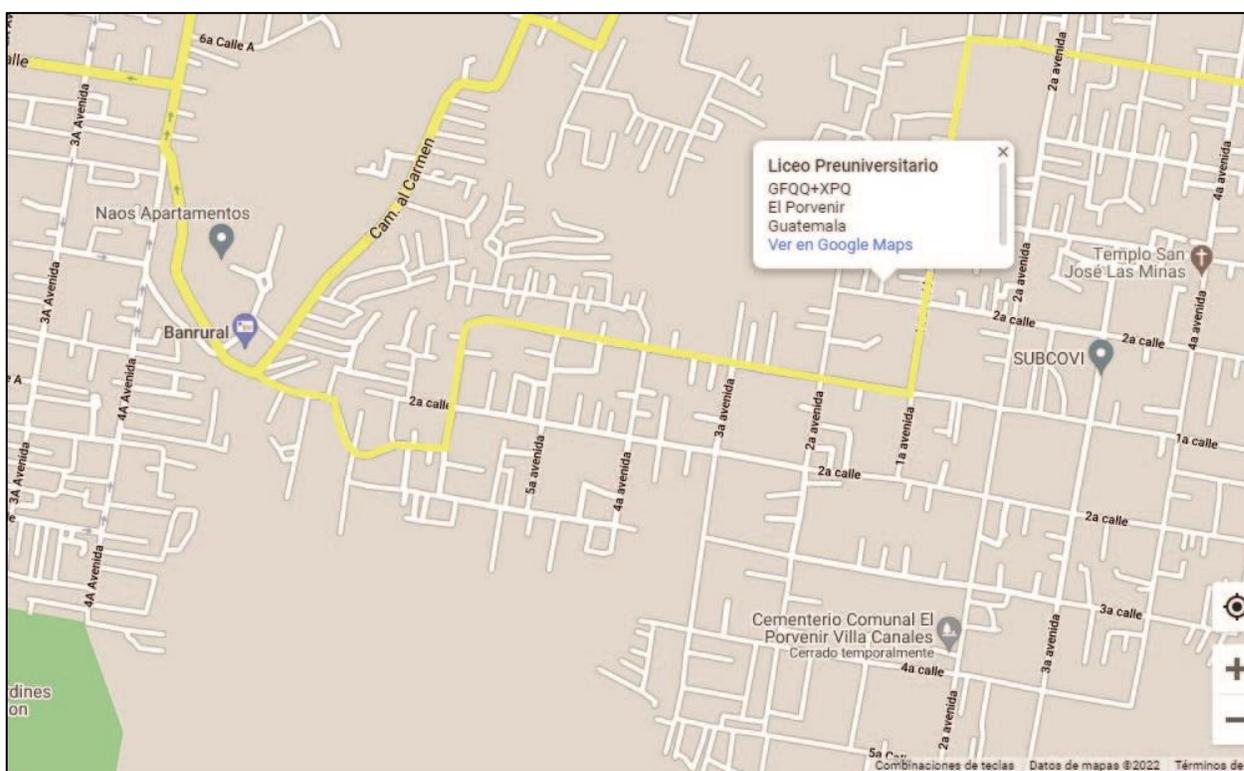
- a) Básicos matutino: 01-16-0069-45
- b) Básicos vespertino: 01-16-0060-45
- c) Básicos fines de semana: 01-16-9735-45
- d) Básicos por madurez fin de semana: 01-16-9737-45
- e) Secretariado oficinista, Perito contador y Bachillerato en ciencias y letras y Secretariado bilingüe de jornada vespertina: 01-16-9734-46

- f) Bachillerato en Computación con Orientación Comercial fin de semana: 01-16-0116-46
- g) Bachillerato por madurez fin de semana: 01-16-9738-46
- h) Perito contador y Secretariado y oficinista plan fin de semana: 01-16-9736-46

### 1.3 Ubicación geográfica

Las instalaciones del establecimiento educativo se encuentran en la 1ra. Avenida 1-41 zona 2, aldea El Porvenir, Villa Canales, tal como se muestra en la Figura 1.

**Figura 1**  
*Mapa-ubicación geográfica*



Fuente: Google Maps



## 1.4 Origen e historia

El Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología, se encuentra ubicado a 12 kilómetros de la cabecera municipal, atiende a jóvenes y adultos de los cantones que lo rodean. El Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología jornada matutina, vespertina y plan fin de semana está ubicado en una comunidad que está pasando por una transición de comunidad rural a urbana, pues la mayor parte de la población labora en empresas de servicio o de industria.

En los últimos años se ve un notorio aumento de microempresas, la población del liceo ha aumentado considerablemente. La población de esta comunidad puede considerarse en un porcentaje pequeño de clase baja, un porcentaje mayoritario de clase baja – media y baja – alta, otra parte de la población es de clase media – baja.

Esta población se encuentra aislada de la ciudad capital y de los servicios básicos por su lejanía con la cabecera municipal, aunque la municipalidad siempre está al tanto de las necesidades de los vecinos, existe carencia de agua, drenajes, transporte y servicios de salud.

### Presentación de la institución

Hace 13 años se fundó el Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología ubicado en la aldea El Porvenir, pensando en la juventud de la población de la aldea, del municipio de Villa Canales; al iniciar dicho proyecto fue muy difícil, puesto que la población estudiantil de los básicos y la carrera era mínima en el año 2007; pero al transcurso de los años los administradores decidieron cambiarse de ubicación.

Para mejor comodidad de los estudiantes, hasta la fecha cuenta con instalaciones amenas para tener una calidad de aprendizaje.

## 1.5 Integración y alianzas estratégicas

Para cumplir con sus programas de enseñanza-aprendizaje, las instituciones educativas buscan establecer vínculos estratégicos con Organizaciones No Gubernamentales (O.N.G) o embajadas,



sin embargo, según reporte del director Wilman Antonio Galindo, el establecimiento no cuenta con integraciones ni alianzas con organizaciones gubernamentales o privadas. Para aumentar la afluencia de estudiantes al establecimiento, se apertura la educación primaria, quedando este servicio a cargo del Liceo Estrella de David, según autorización del Ministerio de Educación.

## 1.6 Departamentos o dependencias de la institución

### 1.6.1 Dirección

- a) Organizar las actividades y funcionamiento del centro educativo.
- b) Encargado de la toma de decisiones, función que recae en el director.
- c) Recolecta la documentación que contiene el proyecto educativo institucional.
- d) Contratación de personal docente.

### 1.6.2 Contador

- a) Registro y contabilización de los pagos. La persona encargada de llevar la contabilidad en la institución presta sus servicios de forma externa.

### 1.6.3 Secretaría

- a) Realizar los pagos de servicios varios.
- b) Entrega de libros y uniformes a estudiantes.
- c) Contacto con padres de familia.
- d) Proceso de admisión.

### 1.6.4 Personal de mantenimiento

- a) Se encarga de velar por el orden y limpieza dentro de las instalaciones del colegio.



## 1.6.5 Comisiones

### 1.6.5.1 Comisión de evaluación

- a) Revisar que toda la papelería este completa y autorizada, en digital y físicamente
- b) Confrontar la papelería con los cambios que han ocurrido en el establecimiento.
- c) Reformar los aspectos que ayuden al crecimiento y fortalecimiento del centro educativo.
- d) Se encarga de brindar el procedimiento para realizar adecuaciones curriculares a los docentes.

### 1.6.5.2 Comisión de ornato

- a) Crear planes de orden y limpieza para el establecimiento.

### 1.6.5.3 Comisión de cultura

- a) Organizar las convivencias entre alumnos.
- b) Organizar las celebraciones importantes dentro del establecimiento, como las fiestas de independencia, aniversario de la institución, clausuras y graduaciones.

### 1.6.5.4 Comisión de gestión y riesgo

- a) Se encarga de velar por la creación, planificación y ejecución de planes de emergencia para la prevención de desastres.

## 1.6.6 Docente

- a) Se encarga de realizar una evaluación diagnóstica para determinar las capacidades, fortalezas y necesidades de cada estudiante con base a las competencias establecidas en el Currículo Nacional Base (C.N.B).
- b) Elaboración de planificaciones anuales y bimestrales y tienen a su cargo un grado guía.

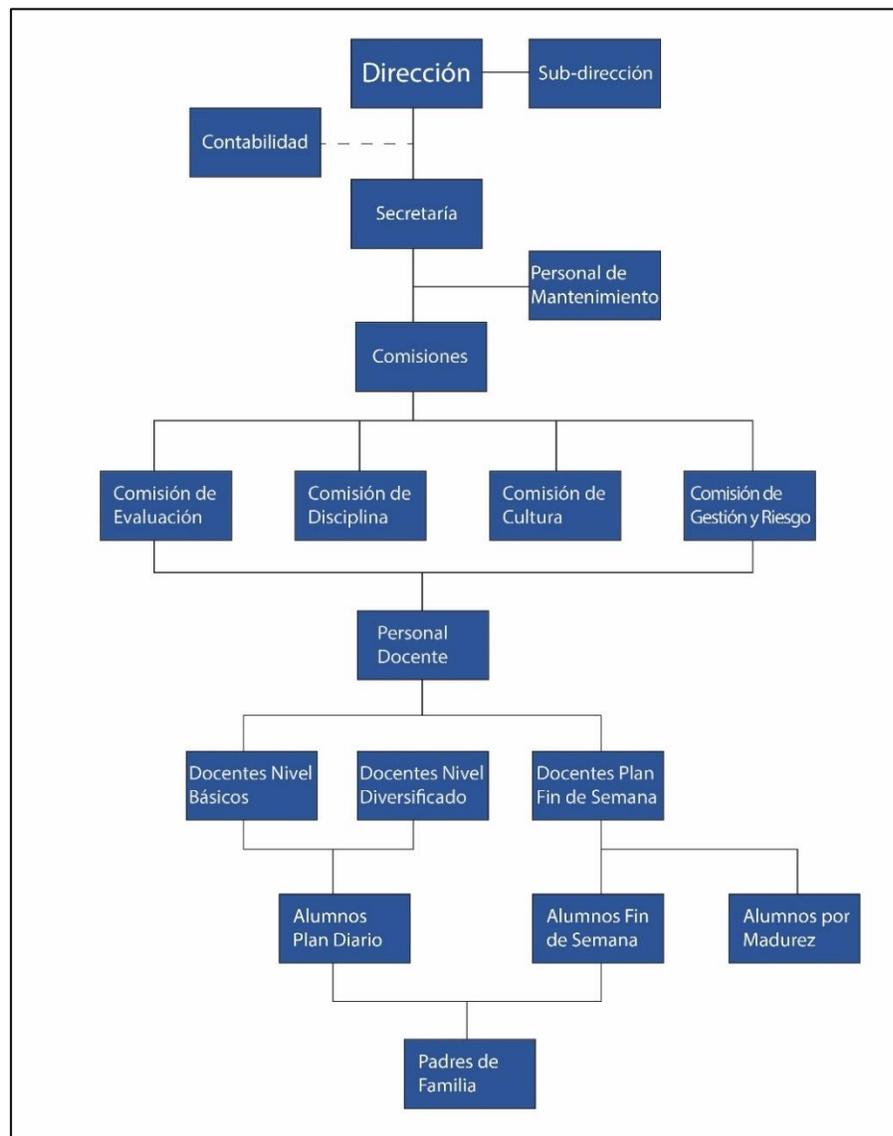


- c) Deben llevar el control de asistencia, realizar evaluaciones y entregar el control de notas por grado bimestralmente.

## 1.7 Organigrama de la empresa

**Figura 2**

*Organigrama del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología*



*Fuente:* Autoría propia



## 1.8 Misión de la institución

“Ser una institución educativa dedicada a la formación integral adecuada para que el educando de nivel medio pueda incorporarse a la sociedad y obtener mejores oportunidades laborales y por ende una mejor calidad de vida. Brindando las herramientas y conocimientos óptimos de los contenidos educativos en cada asignatura a través del cumplimiento y ejecución de objetivos trazados con el fin de lograr la obtención de frutos positivos en el aprendizaje de los estudiantes.”

## 1.9 Visión de la institución

“Ser un centro educativo dedicado a la formación integral de los estudiantes de nivel medio, a través de una educación sistemática planificada de alta calidad y excelencia para que todos los educandos egresados obtengan el perfil deseable para incorporarse a la vida socio-cultural y económica del país.”

## 1.10 Objetivos institucionales

### 1.10.1 Objetivo general

Brindar el más alto nivel académico y formativo de los alumnos rescatando y fortaleciendo los valores morales, espirituales, éticos y cívicos. Fundamentando hábitos de trabajo con base en el espíritu de la responsabilidad y autodisciplina, tan indispensable en la sociedad del siglo XXI.

### 1.10.2 Objetivos específicos

- 1) Proporcionar una educación basada en principios humanos, científicos, culturales y espirituales que formen integralmente al educando y por ende prepararlo para la vida.
- 2) Fortalecer los conocimientos adquiridos a lo largo de la formación académica del estudiante.
- 3) Aplicar métodos de enseñanza-aprendizaje adecuados para asociarlos a la vida cotidiana en el contexto guatemalteco.



### 1.11 Público objetivo

El Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología tiene sus puertas abiertas para jóvenes y adultos interesados en formarse en el ámbito profesional. Por lo que pone a la disposición de la población en edad escolar de nivel básicos y diversificado sus servicios educativos dentro del perímetro de la aldea el Porvenir, Villa Canales.

El segmento al que se dirige la institución educativa pertenece al nivel medio-bajo. La mayoría de los padres de familia se desempeñan como trabajadores de oficina con un salario promedio, lo que les permite cubrir las necesidades básicas, como la educación.

### 1.12 Diagnóstico

Para conocer las oportunidades y amenazas que se tienen como institución dentro de la comunidad educativa es imprescindible realizar un examen detallado de los flujos, canales y formas de comunicación. Lemus (2000) establece la importancia de realizar un diagnóstico con la información recabada durante el proceso de exploración, con el fin de brindar una solución a los problemas detectados.

#### 1.12.1 Pregunta de investigación

¿Es la comunicación interna del establecimiento un factor determinante para el correcto posicionamiento de la imagen corporativa y filosófica?

#### 1.12.2 Objetivo general

- a) Analizar la forma en que se transmite la información en el Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología.



### 1.12.3 Objetivos específicos

- a) Identificar los diferentes canales de comunicación utilizados para transmitir información.
- b) Determinar la frecuencia de uso de los diferentes canales de comunicación.
- c) Evaluar el nivel de satisfacción del receptor.

### 1.13 Metodología

Desde la infancia el ser humano incursiona en el mundo del ¿por qué? En donde a través de sus sentidos inicia a cuestionar la realidad que lo rodea.

Cortes & Iglesias (2004) consideran que la investigación científica permite resolver los problemas que surgen en la sociedad, por lo que no es simplemente un análisis y recolección de datos sin un propósito definido.

Para comprender los fenómenos que ocurren en la sociedad, el ser humano hace uso de la investigación científica, por eso Fernández (citado por Rizo, 2015) menciona que a través de esta es posible buscar la verdad a un problema en específico, encontrando la solución al mismo.

Cortés & Iglesias (2004) indican que para realizar una investigación es indispensable definir el tema de análisis, lugar, sujeto y objeto de estudio, realizar trabajo de campo y seleccionar las técnicas e instrumentos de investigación que serán procesadas para obtener los resultados.

El cumplimiento de esos pasos metodológicos ha resuelto en gran manera diferentes fenómenos sociales dentro de la comunidad, relacionados con la economía, la política o la educación. Desde ese punto de vista se abordará el estudio de la comunicación en las relaciones internas del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología.



### 1.13.1 Descripción del método

El presente diagnóstico comunicacional, es una investigación de tipo descriptiva. Según Lemus (2000) la investigación descriptiva permite expresar lo que existe, describiendo el problema con base a la información.

La investigación descriptiva facilita identificar y obtener información oportuna conociendo el contexto en donde se desarrollará la investigación, permitiendo así la interrelación de datos secuenciales para la comparación de los diferentes problemas y determinar el efecto de cada uno (Lemus, 2000).

El enfoque utilizado es el cualitativo. Niglas (citado por Sampieri, Fernández & Baptist, 2014) afirma que el término cualitativo tiene su origen en el latín “*qualitas*”, el cual hace referencia a la naturaleza, carácter y propiedades de los fenómenos.

Sampieri et. al. (2014) refieren que el enfoque cualitativo permite recolectar datos para responder a las preguntas de investigación, develando en algunos casos nuevas premisas. Bajo este enfoque se pretende esclarecer el proceso comunicacional que se desarrolla dentro del establecimiento educativo. El método cualitativo se relaciona directamente con el fenómeno de estudio, porque permite analizar toda fuente de información, siendo estas orales o escritas, y presentadas en diferentes soportes, impresos o digitales.

### 1.13.2 Técnicas e instrumentos de recolección

Como bien afirma Campoy & Gomes (2009) las técnicas cualitativas son procedimientos de acciones concretas de recolección, con el propósito de obtener datos para el tipo de investigación que se desarrolla. Estas herramientas ayudarán a obtener la información necesaria para la indagación del proceso comunicacional en el Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología.

Las técnicas utilizadas para el diagnóstico comunicacional fueron seleccionadas a partir del sujeto y objeto de estudio. El recurso humano que conforma el área administrativa y docente de la institución asciende a un total de 17 empleados, por lo que no era factible el uso de técnicas



cuantitativas como herramientas de recolección de datos. Las técnicas e instrumentos cualitativos utilizados para elaborar el diagnóstico comunicacional se presentan en la Tabla 1.

**Tabla 1**  
*Técnicas e instrumentos de recolección de datos*

<b>Técnica</b>	<b>Instrumento</b>
Observación no participante	Bitácora de observación y fotografías
Documentación	Ficha de resumen y comentarios
Análisis de contenido	Guía de análisis de canales de comunicación
Entrevistas semiestructuradas	Guía de entrevistas

*Fuente:* Autoría propia

### 1.13.2.1 La observación no participante

“Existe la observación no participante, en donde a través de un diario de campo se registran modelos de conducta” (Lemus, 2000, p. 46). La observación no participante es una de las técnicas utilizadas para la recolección de datos del diagnóstico comunicacional. Sin embargo, la observación no es una técnica sin propósito definido, por el contrario, debe seguir una serie de pasos para su ejecución.

Díaz (2011) enlista los principios básicos de la observación de la siguiente manera:

- a) Propósito específico.
- b) Planificada cuidadosamente.
- c) Debe llevarse por escrito.
- d) Establecer duración y frecuencia.



- e) Debe ser confiable y válida.

Tomando en cuenta los principios citados con anterioridad, la observación no participante en el establecimiento educativo, tuvo la finalidad de recabar información pertinente sobre la institución objeto del diagnóstico comunicacional. Se utilizó como instrumento de observación, una bitácora, que registra las actividades indagadas en las diferentes áreas de la institución. Las áreas observadas fueron:

- a) Identidad y cultura corporativa
- b) Identidad visual
- c) Gestión de la comunicación interna
- d) Medios y canales de comunicación
- e) Clima laboral
- f) Documentación interna

### 1.13.2.2 Documentación

Alfonso (citado por Rizo, 2015) sostiene que la investigación documental permite la recolección, análisis e interpretación de información en relación a un tema previamente definido.

Toda la documentación que se genera dentro de una institución se convierte en una fuente primaria de información, por lo que para realizar el diagnóstico de comunicación interna del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología se consultó el Proyecto Educativo Institucional (P.E.I), proporcionado por la dirección, el cual sienta las bases de la institución como tal dentro de la comunidad. Dicho proyecto puede ser actualizado de manera interna según lo dispongan las autoridades directivas del establecimiento tal como lo estipula el Ministerio de Educación.



### 1.13.2.3 Análisis de contenido

El análisis de contenido es una herramienta de recolección de datos en la investigación cualitativa, que permite describir y analizar documentos, fotografías, videos, imágenes, notas informativas, páginas de Internet, redes sociales, etc.

Para Fernández (2002) el análisis de contenido permite distinguir entre letras, sílabas, palabras, símbolos, figuras, dibujos, etc. Por eso la misma autora enlista a continuación los diferentes usos de esta técnica en la investigación.

- a) Descubrir estilos en la comunicación.
- b) Identificar al comunicador.
- c) Analizar y encontrar tendencias en los canales de comunicación.
- d) Conocer el mensaje que se transmite.
- e) Comparar el contenido que se transmite.

Con base a lo que plantea Fernández (2002) se concluye que el análisis de contenido, es una técnica idónea para analizar los diferentes canales de comunicación que utiliza el Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología.

Para evaluar los soportes físicos y electrónicos utilizados para transmitir información en el establecimiento educativo se elaboró una matriz de canales de comunicación sobre el mensaje, tipos, usos y aspecto visual tal como se observa en la Tabla 5 y una guía de análisis que presenta el contenido gráfico, institucional y datos generales del establecimiento visibles en la Tabla 6.

### 1.13.2.4 Entrevista semiestructurada

Para Hernández Sampieri et. al. (2014) la entrevista es un intercambio de información a través de una conversación en la que interviene un emisor y receptor, en donde se da la retroalimentación.



Aunque es un recurso muy útil para obtener información, en algunas situaciones puede existir confusión y temor por parte del entrevistado al momento de responder.

Con la entrevista semiestructurada se pretende evaluar la efectividad en los canales de comunicación y conocer el punto de vista del personal docente, administrativo y directores frente a los canales de comunicación usados para transmitir y recibir información, por lo que se utilizará una serie de preguntas que conducirán a las conclusiones del diagnóstico.

La entrevista fue estructurada tomando en cuenta el esquema que Hernández Sampieri et. al. (2014) propone en el libro Metodología de la Investigación (ver Tabla 2).

**Tabla 2**

*Recomendaciones para realizar una entrevista*

---

<b>Recomendaciones para la entrevista</b>	
<b>Al inicio</b>	Mostrar respeto al entrevistado apagando el teléfono móvil, indicar el objetivo de la entrevista y explicar que se tomarán notas acerca de los comentarios.
<b>Durante la entrevista</b>	Escuchar activamente la información que proporciona el entrevistado, permitir que se exprese con toda seguridad y confianza, captar todo gesto y disposición que mantenga durante la entrevista.
<b>Al final</b>	Preguntar al entrevistado si tiene alguna observación que agregar, por ejemplo, alguna duda o sugerencia.

---

*Fuente:* Autoría propia

Con la finalidad de obtener la mayor cantidad y diversidad de información posible sobre la forma en que se transmite la información en el Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología, la entrevista se estructuró siguiendo los apartados:



- a) Identificación y afinidad con la institución.
- b) Canales de comunicación.
- c) Frecuencia de uso de los canales de comunicación.
- d) Satisfacción de los receptores.
- e) Observación: en donde el entrevistado tuvo la oportunidad de expresar alguna opinión o sugerencia sobre la forma de comunicación existente en el establecimiento.

Los docentes entrevistados y personal administrativo se seleccionaron tomando en cuenta su:

- a) Área de trabajo.
- b) Tiempo de laborar dentro de la institución.

Las entrevistas se realizaron con previa autorización de la dirección del establecimiento atendiendo a la disponibilidad del entrevistado. Por eso, la entrevista semiestructurada fue una técnica idónea para la recolección de datos porque se ajustó al tiempo del docente de manera individual. Debido al número de asignaturas que imparte cada maestro era difícil reunirlos para conversar sobre el proceso comunicacional sin que abandonaran sus salones de clases, pero de forma individual si fue posible conversar con cada uno.

Las preguntas realizadas a la dirección del establecimiento fueron redactadas asignándole el papel de emisor de la información. Los apartados analizados corresponden a la misma estructura establecida para las entrevistas del personal docente y administrativo. Los criterios desarrollados en la entrevista se enlazan con el objetivo general y específico de la investigación.

### 1.13.3 Interpretación de los resultados

A continuación, se detallan las interpretaciones y resultados obtenidos a través de las diferentes técnicas de recolección de datos utilizadas.

**Tabla 3**

*Resultados de la observación no participante*

<b>Guía de observación</b>	Lugar:	Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología
	Técnica:	Observación no participante
	Observador:	Rosa Isabel Morales Macajola

**Hallazgos obtenidos**

- |   |  |
|---|--|
| <p>a. El establecimiento educativo se encuentra impartiendo clases de forma híbrida, según Acuerdo Ministerial 33-2022, el cual autorizaba a los centros educativos privados operar de manera presencial y virtual, aunque el semáforo de alerta sanitaria estuviera en rojo siempre y cuando los padres de familia y/o encargados dieran su autorización, tal es el caso de los alumnos que asisten al centro educativo. La mayoría de los alumnos se presentan a las clases presenciales y quienes no, reciben una guía de estudio.</p> <p>b. Según la información proporcionada por parte de la institución para elaborar el organigrama que se muestra en la Figura 2, página 6, la información fluye en doble vía, dándose el proceso de comunicación horizontal entre empleados del mismo rango, sin embargo, existe la oportunidad de retroalimentación.</p> <p>c. El Ministerio de Educación estableció trabajar bajo el sistema de burbujas, que consiste en dividir por grupos a los alumnos de un mismo salón de clases con el fin de ordenar a los estudiantes dentro de los espacios de aprendizaje para evitar el contagio, según informe del director del establecimiento los alumnos se organizan bajo este sistema para poder recibir las clases.</p> <p>d. Al acercarse al establecimiento se puede observar el nombre de Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología, y pintado a mano se enlistan las carreras que ofrece la institución (ver Anexo A, página 144). La oficina de secretaría y dirección se encuentran ubicadas en el primer nivel, y al igual que los salones de clases están identificados con el aforo permitido (ver Anexo B, página 145).</p> <p>e. No cuentan con un plan estratégico corporativo, porque se fundamentan en el Sistema de Gestión Interno de Calidad (S.G.I.C) el cual sienta las bases para promover una buena educación dentro de la comunidad.</p> <p>f. Los aspectos filosóficos de la institución se encuentran registrados en el Proyecto Educativo Institucional (P.E.I), sin embargo, no aparecen visibles dentro de las instalaciones, ni en la página oficial de <i>Facebook</i>.</p> <p>g. Las adaptaciones del logotipo en soportes impresos y digitales han sido empíricas, realizadas por los profesionales encargados de la confección de uniformes y elaboración de mantas vinílicas y material promocional. Por lo que no se cuenta con un manual de identidad corporativa que regule los usos de la marca.</p> <p>h. La identidad visual del establecimiento se diseñó al momento de su fundación contando con logotipo (ver Anexo A, página 144), <i>slogan</i> y colores institucionales definidos, los cuales pueden observarse en las paredes del establecimiento y uniformes de estudiantes y docentes.</p> <p>i. Los papeles de trabajo como planificaciones anuales, bimestrales y cronogramas no tienen un formato visual definido (ver Anexo C, página 146).</p> <p>j. En las instalaciones se puede observar un mapa de la aldea El Porvenir, Villa Canales, y algunos letreros de señalización indicando gradas, sanitarios, rutas de evacuación y salidas de emergencia, pero no están diseñados bajo una línea gráfica definida (ver anexo B, página 145).</p> <p>k. La institución no cuenta con un departamento de comunicación por lo que no tienen un plan estratégico que oriente el flujo de información, no obstante, poseen un plan de respuesta inmediata de riesgo municipal en</p> | <p>donde entrelazan esfuerzos con los bomberos municipales y Conred para lidiar con incendios, inundaciones y sismos.</p> <p>l. El proceso de selección y contratación de personal está a cargo del director del establecimiento, pero al no tener un contrato de trabajo se origina el abandono de labores sin previo aviso. Al inicio del año escolar se solicita del personal docente la presentación de los siguientes documentos: Hoja de vida, Documento Personal de Identificación (D.P.I), título o constancias de estudios universitarios y la Certificación del Registro Nacional de Agresores (RENAS).</p> <p>m. El flujo de información se genera de manera vertical descendente, siendo horizontal entre empleados del mismo nivel jerárquico. La información se transmite a docentes y alumnos a través de circulares, reuniones presenciales y grupos de <i>WhatsApp</i>. Por otra parte, se busca mantener las líneas abiertas de comunicación con el fin de obtener sugerencias que permitan realizar mejoras a nivel educativo y estructural.</p> <p>n. Entre los canales de comunicación internos se encuentran: correo electrónico, grupos a través de <i>WhatsApp</i>, memorándum, circulares, reuniones informativas de manera presencial, tomando las medidas necesarias para prevenir contagios por Covid-19, libro de quejas de la DIACO (Dirección de Atención al Consumidor).</p> <p>o. El teléfono es otro canal utilizado para brindar información sobre los servicios educativos que presta el establecimiento, pese a ello, no se cuenta con una etiqueta telefónica que presente a la institución.</p> <p>p. Una de las barreras psicológicas que se percibe en la institución, es el temor a las pandillas que imperan dentro de la comunidad.</p> <p>q. Cabe destacar que existe un desconocimiento y desinterés de la filosofía educativa especialmente en los alumnos y padres de familia de primer ingreso.</p> <p>r. Se fomenta la participación del trabajo en equipo entre docentes y alumnos.</p> <p>s. Ante la emergencia sanitaria que se está viviendo a nivel mundial, el establecimiento educativo ha seguido el protocolo Covid-19, estipulado por el Ministerio de Educación para los centros de enseñanza y aprendizaje. Como lo detalla el Currículo Nacional Base (C.N.B) el regreso a clases está constituido en burbujas con permisos debidamente autorizados por padres de familia y/o encargados.</p> <p>t. Tanto alumnos como docentes de plan diario utilizan el vestuario institucional, caso contrario en la jornada de fin de semana en donde la indumentaria consiste en un pantalón de mezclilla con camisa tipo polo adquirida en el colegio.</p> <p>u. Página institucional no poseen, pero si cuentan con una página oficial en <i>Facebook</i>, en donde realizan publicaciones relacionadas con fechas importantes, procesos de inscripción y contratación.</p> <p>v. La encargada de realizar los diseños que se publican es la docente del área Contable. El director del establecimiento responde las dudas o preguntas que envían a través de <i>Messenger</i>. Promedio de publicaciones cada dos meses (ver Anexo D, página 149).</p> |
|---|--|

*Fuente:* Autoría propia

**Nota:** En la Tabla 3 se encuentran los hallazgos recabados durante la observación no participante, indagando las diferentes áreas físicas que conforman la institución educativa.



## Tabla 4

### Documentación-Proyecto Educativo Institucional (P.E.I)

#### Ficha de resumen

Proyecto Educativo Institucional (P.E.I)  
Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología  
Abril del 2020

El P.E.I es una herramienta de análisis que pretende establecer la planificación estratégica del centro educativo, tomando como base para su construcción las necesidades e intereses de la comunidad educativa a la que pertenece el Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología.

En él se recoge información relacionada con:

- a) Datos generales del centro educativo.
- b) Identidad institucional: código del centro educativo, misión, visión, objetivos generales y específicos, ideario de valores y aunque no cuentan con una filosofía, al conversar con el director del establecimiento, hizo saber que es un proyecto a trabajar.
- c) Las características y roles de las diferentes comisiones que participan en el proceso de enseñanza-aprendizaje.
- d) Propuesta pedagógica: en donde se describe la historia y fundación de la institución y las características de la comunidad a la que pertenece el centro educativo.
- e) También cuentan con un plan de mejora en el que detallan los aspectos a fortalecer dentro de la institución, tales como:

Área administrativa: deficiencia en la organización al momento de realizar los registros en la documentación respectiva.

Identidad institucional: falta de interés por parte de los padres y estudiantes de primer ingreso.

Área pedagógica: no existen herramientas de innovación pedagógica para efectuar el proceso de enseñanza.

Atención a la comunidad educativa: no se cuenta con un buzón de sugerencias para mejora del centro educativo.

Personal docente: abandono de labores sin previo aviso.

#### Comentarios:

Aunque dentro del plan de trabajo se detallan aspectos a fortalecer, durante la observación llevada a cabo no ha sido posible encontrar las mejoras expuestas, por ejemplo, la parte filosófica de la institución únicamente aparece escrita en el P.E.I, ni docentes ni alumnos cuentan con un manual que especifique la identidad de la institución.

En lo relacionado a los contratos de trabajo según lo describe la dirección, cuentan con uno legalmente autorizado por el Ministerio de Trabajo.

Fecha de elaboración: 23 de febrero del 2022.

Fuente: Autoría propia



**Tabla 5**

*Análisis de contenido - canales de comunicación*

Canales de comunicación Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología					
Canal	Contenido	Soporte	Emisor	Receptor	Periodicidad
Memorándum	Información de sesiones, cambios administrativos y procedimientos de trabajo.	Impreso	Dirección	Docentes del nivel básico, diversificado y fin de semana.	Bimestral
Circulares	Actividades, descansos, sesiones de docentes y padres de familia, horario de clases y evaluaciones.	Impreso y electrónico. A través de <i>WhatsApp</i> se recibe la circular en forma de imagen. (ver Anexo C, página 146).	Dirección	Docentes y alumnos de nivel básico, diversificado y fin de semana.	Quincenales/mensuales, según el asunto a tratar.
Cartelera informativa	Información relacionada con eventos importantes y de interés general.	Impreso	Dirección	Docentes y alumnos.	No visible en la institución. .
Libro de quejas (DIACO)	Quejas, denuncias y sugerencias.	Impreso	Dirección y comisión de disciplina.	Comunidad educativa.	Disponible siempre.
Correo electrónico	Utilizado para enviar y recibir información de interés, brindar clases a través de <i>Google Classroom</i> .	Electrónico	Dirección	Docentes	No frecuente. Actualmente las clases son presenciales por lo que dejó de utilizarse.
<i>WhatsApp</i>	Contacto con padres de familia, docentes y alumnos.	Electrónico	Dirección, secretaria y docentes.	Docentes, alumnos y padres de familia.	Disponible siempre
<i>Facebook</i>	Contratación de personal, videos informativos, frases motivacionales, días festivos, información, etc.	Electrónico	Dirección	Docentes, alumnos, padres de familia y terceros.	Cada dos semanas
Capacitaciones personal docente	Capacitaciones a los docentes para el desarrollo eficaz de los diferentes temas de enseñanza.	Verbal y electrónico	Dirección	Docentes nivel básico, diversificado y plan fin de semana.	No frecuente.

Fuente: Autoría propia

*Nota:* La Tabla 5 muestra los diferentes canales de comunicación que utiliza el establecimiento para transmitir la información, incluyendo la frecuencia de uso de los mismos.

*Interpretación:* El establecimiento educativo utiliza diferentes formas de comunicación, siendo:

a) Impresos: circulares y memorándums, en donde se comunica sobre la apariencia en el lugar de trabajo, reuniones y elaboración de documentación, etc. b) *Electrónicos:* correos electrónicos, enviados desde una cuenta personal, y mensajes a través de *WhatsApp*. c) Verbales: es una de las más aceptadas por el personal, por su rapidez para transmitir la información. Sin embargo, canales como el correo electrónico, capacitaciones o carteleras no se utilizan frecuentemente.

**Tabla 6**

*Análisis de contenido - guía de canales de comunicación*

Guía de análisis: canales de comunicación												
Criterios	Desglose de criterios	Impresos					Electrónicos				Verbales	
		Memorándum	Circulares	Cartelera informativa	Trifoliar	Hojas membretadas	Circulares digitales	Correo electrónico	WhatsApp	Facebook	Capacitación	Teléfono
Identidad corporativa	Logotipo visible	No	No	N/A	Sí	Sí	No	No	No	Sí	N/A	N/A
	Colores corporativos	No	No	N/V	Sí	Sí	No	Sí	No	No	N/A	N/A
	Tipografía Arial para uso interno	Sí	Sí	N/V	Sí	Sí	No	No	N/A	N/A	N/A	N/A
	Misión	N/A	N/A	N/V	Sí	N/A	N/A	N/A	N/A	No	No	N/A
	Visión	N/A	N/A	N/V	Sí	N/A	N/A	N/A	N/A	No	No	N/A
	Objetivos	N/A	N/A	N/V	Sí	N/A	N/A	N/A	N/A	No	No	N/A
	Valores	N/A	N/A	N/V	Sí	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
	Firma electrónica	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	No	N/A	N/A	N/A	N/A
Datos generales	Etiqueta de presentación	N/A	N/A	N/A	Sí	N/A	N/A	N/A	No	Sí	N/A	No
	Número de teléfono	N/A	Sí	N/A	Sí	N/A	N/A	No	Sí	Sí	N/A	N/A
	Dirección	N/A	N/A	N/A	Sí	Sí	N/A	No	No	No	N/A	N/A
	Dirección de correo electrónico	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	No	No	No	N/A	N/A
	Horario de atención	N/A	N/A	N/A	Sí	N/A	N/A	N/A	No	No	N/A	N/A

Códigos Utilizados	N/A = No Aplica	N/V = NO Visible	Sí	No
--------------------	-----------------	------------------	----	----

Fuente: Autoría propia

*Nota:* Para realizar la descripción gráfica y datos de contenido se cotejaron los documentos en físico y digital proporcionados por la dirección del establecimiento (ver Anexo C, página 146). Se analizan los diferentes canales de comunicación según la parte gráfica, institucional y datos generales del plantel educativo.



**Tabla 7**

*Resumen de entrevistas: responde a la identificación y afinidad con la institución*

Identificación y afinidad con la institución					
Entrevistado y cantidad de años de laborar en la institución	Preguntas				
	¿Se le brindó la capacitación necesaria e inducción al iniciar a laborar dentro de la institución?	¿Existen oportunidades para dar a conocer sus ideas y compartir las mejores prácticas de conocimientos dentro de su área laboral?	¿Cuenta el establecimiento educativo con algún documento o texto corporativo que exprese la filosofía e identidad gráfica de la institución?	¿Conoce la visión y misión de la institución?	¿Se identifica con los valores institucionales del establecimiento?
Docente de ciencias naturales 11 años	No se me brindó la inducción necesaria, de manera verbal se me indicaron las funciones.	Si existe la oportunidad y cuando se da es de manera informal.	Solo en los prospectos informativos aparece esa información, un manual que nos entregan no hay.	No del todo, porque solo la vemos cuando leemos algún prospecto.	Si, aunque no los conozco en su totalidad.
Docente de computación 2 años	Si.	Si.	Al parecer en dirección hay una copia sin embargo nosotros no tenemos.	Aún no. Ayudaría tenerla escrita en algún manual. Que estuviera visible en la institución.	Si.
Docente de sociales 1 año	Si, me explicaron lo que debía hacer y como redactar las planificaciones y procesos a seguir.	Si, se dialoga y hay buena comunicación, aunque es mi primer año trabajando en el colegio he tenido la oportunidad de compartir.	Si existe en dirección, pero una copia no nos ha brindado, el POA es el documento que si nos han brindado y trato de consultarlo.	No del todo, considero que sería bueno verla escrita en algún lugar.	Si trato de identificarme con la institución, pero conozco muy poco los valores.
Docente de contabilidad 8 años	Si.	Si.	Si aparece el logo en jpg.	Si, pero es muy larga.	Si.
Docente de inglés 8 años	No precisamente ellos se enfocaron si tenía conocimiento en el área.	Si se puede, el director se aboca conmigo para consultarme el material de inglés que se puede utilizar.	Ellos si tienen uno en dirección, pero no se nos brinda.	Si, pero considero que sería oportuno que estuviera visible.	Si.
Secretaría 15 años	Si el director me indicó lo que debía hacer, y con el tiempo fui acoplándome a mis tareas.	Si, toma en cuenta el director cuando le sugiero algo.	No estoy enterada, pero si existe una resolución en dirección.	Si sería bueno que estuviera visible, pero yo la he visto en colegios grandes.	Si.
Sub -director 14 años	En esto voy a ser bien honesto, aunque en el plan de trabajo está el procedimiento no lo llevamos a cabo porque requiere fondos, tiempo y todo y lo que queremos es el maestro, entonces no lo hacemos. En el procedimiento tenemos que el docente va a tener 15 días de capacitación y eso involucra un gasto, nos acreditamos en procedimientos en que hacer cuando llega un maestro nuevo o cuando se va, sin embargo, no se ejecuta. A futuro podría trabajarse un manual de inducción.	Si yo doy la oportunidad, una institución va mejorando cuando se da esa oportunidad, los docentes son los que tienen el contacto directo y si nos comunicamos vamos a ir mejorando.	No. Es la primera vez que escucho ese nombre.	Hay poco reconocimiento. Casi nada al final.	Si. Los valores que están en el PEI y trabajamos un valor por cada mes, esos no cambian, pero dependiendo del grupo haya la necesidad de cambiar algún otro valor, depende de la necesidad.
Director 15 años	Si de manera verbal se les indica lo que se debe hacer.	También, se hace verbal y a veces escrito.	No lo tenemos, únicamente en el P.E.I aparecen los aspectos filosóficos.	Directamente se les habla a ellos, a principio de año se les explica la visión y misión, que pretendemos y cuales son las metas, cuenta un poco con los maestros ahora con los alumnos usted les pregunta y se encuentran en cero. Para reforzar la parte de la visión y la misión sería algo práctico que estuvieran visibles en algún lugar.	Si.

*Fuente:* Autoría propia

*Interpretación:* La dirección del establecimiento indicó que, aunque en el plan de trabajo se encuentra plasmado el procedimiento de capacitación e inducción no se realiza por falta de fondos, tiempo y material, únicamente se le comparte al docente la información de forma verbal y de manera electrónica la documentación respectiva. Los docentes entrevistados concuerdan en que no se les brindo un proceso de inducción, como tal, por lo que no tienen un manual o guía que les permita conocer la parte filosófica e institucional del establecimiento educativo.

Cabe señalar que el personal docente y administrativo se siente identificado con los valores que promueve el establecimiento, porque existe la oportunidad de dar a conocer opiniones y sugerencias, sin embargo, en su mayoría desconocen la visión y misión de la institución.

**Tabla 8**

*Resumen de entrevistas: responde al objetivo general*

Objetivo general: Analizar la forma en que se transmite la información en el Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología.					
Entrevistado(a) y cantidad de años de laborar en la institución	Preguntas				
	¿La comunicación dentro de la organización es de doble vía (director-docente, docente-director)?	¿Por cuál medio prefiere que dirección se comunique con usted?	Docente: ¿Qué medio prefiere usar para comunicarse con compañeros de trabajo, dirección y alumnos? Dirección: ¿Qué medio prefiere usar para comunicarse con docentes, personal administrativo, alumnos y padres de familia?	¿Cómo docente/director que otra manera de transmitir la información le ayudaría para mantener informados a alumnos y a su vez a los padres de familia?	¿Qué desventaja observa usted en la forma en que dirección comunica la información al personal docente y alumnos?
Docente de ciencias naturales 11 años	Si porque se nos da la oportunidad de exponer nuestras ideas y opiniones.	Electrónicos y verbales. Estos medios son los que más se acoplan a la institución y son los que más se observan.	Medios electrónicos y verbales. En los electrónicos utilizo los mensajes de <i>WhatsApp</i> .	Difundir la información a través de redes sociales.	A veces se le informa a un determinado grupo y a otros no.
Docente de computación 2 años	SI.	Medios verbales.	Información cara a cara.	Presencial para informar a padres de familia.	Ponerse de acuerdo el día y fecha para reunirnos porque a veces nos llaman a dirección y dejamos a los alumnos solos.
Docente de sociales 1 año	SI.	Impresos y verbales.	Medios impresos e información cara a cara.	Los que se manejan están bien.	El tiempo, a veces nos dan muy poco tiempo para entregar ciertos documentos.
Docente de contabilidad 8 años	SI.	Verbales, uno puedo indicar directamente si está en desacuerdo.	Información cara a cara.	A veces no sabemos cómo contactar con los padres si por teléfono, correo, <i>WhatsApp</i> .	Considero que con los docentes está bien la forma de transmitir información, pero con los alumnos no, a veces dicen que sí pero no cumplen.
Docente de inglés 8 años	Si es de doble vía, sin embargo, a veces hay información que comparten en plan diario que no dan en fin de semana.	Electrónicos.	Medios electrónicos e información cara a cara.	Está bien así.	Ellos siempre informan, el director me llama.
Secretaria 15 años	SI.	Verbales.	Información cara a cara.	Estamos bien así.	La mayoría de padres a veces no tienen redes y en esos casos debemos llamarles.
Sub - director 14 años	Exactamente.	Impresos y verbales, me gusta mucho el diálogo.	Medios electrónicos e información cara a cara.	Que el colegio tuviera su propia plataforma, con eso no contamos, es otro medio que ayudaría como centro educativo, darle el mismo uso a <i>Facebook</i> y tener la información de los estudiantes. <i>Google Classroom</i> también lo hemos usados.	La desventaja que podría existir es que el padre de familia no se presente por su trabajo.
Director 15 años	Así es.	Verbales.	Información cara a cara. Escrito solo cuando hay alguna cosa que tengan que firmar los maestros. Por lo general los llamo a reunión y verbalmente se les indica, y cuando es algo de emergencia por medio de correo y <i>WhatsApp</i> . Pero más que todo verbal.	Por el momento está bien, porque ya le digo de dos años para acá nosotros no usábamos tanto la tecnología, hasta ahora que nos acostumbramos, incluso hacemos reuniones por <i>GoogleMeet</i> , antes era solo escrito o reuniones.	El problema con la tecnología es que a veces el padre de familia no cuenta con internet, pero es muy raro, la mayor parte tienen, y a veces se oponen a que como no tienen tarjeta se oponen es rarísimo, porque la mayoría tienen.

Fuente: Autoría propia

**Interpretación:** El establecimiento educativo utiliza diversas formas para transmitir la información al personal docente y administrativo, la información fluye de manera vertical-descendente, porque es la dirección el órgano rector de comunicar al personal los lineamientos de trabajo y trato hacia los estudiantes. Sin embargo, la dirección busca mantener las líneas abiertas de comunicación con el personal, permitiéndoles compartir sugerencias, opiniones y mejoras, por eso los entrevistados indicaron que la comunicación es de doble vía.

La forma de comunicación más aceptada es a través de canales verbales y electrónicos, tanto para recibir como para comunicar información. Pero se recaló la necesidad de mejorar el momento en que se transmite la información, cerciorándose de que todos los grupos estén informados.

**Tabla 9**

*Resumen de entrevistas: responde al primer objetivo específico*

Objetivo específico: Identificar los diferentes canales de comunicación utilizados para transmitir información.						
Entrevistado(a) y cantidad de años de laborar en la institución	Preguntas					
	Docente: ¿Conoce los diferentes canales de comunicación que utiliza dirección para transmitir información? Dirección: ¿Conocen los docentes y personal administrativo los diferentes canales de comunicación que utiliza dirección para transmitir información?	Docente: ¿Qué tipo de canal prefiere para que le transmitan la información? Dirección: ¿Qué tipo de canal prefiere para transmitir información al personal docente y administrativo?	¿Qué canal utiliza dirección para comunicarse con usted?	Docente: ¿La información que recibe es siempre a través de canales formales o informales de comunicación como rumores? Dirección: ¿La información que se comparte siempre es a través de canales formales o informales de comunicación como rumores?	¿Existe un buzón de sugerencia o cartelera informativa?	¿Cuenta el establecimiento con mensajería instantánea como <i>WhatsApp</i> o similares?
Docente de ciencias naturales 11 años	Si, por ejemplo, circulares, reuniones, notas informativas, memos, imágenes, información. Las notas informativas las envían de manera electrónica y a veces física, allí se nos comunica sobre sesiones, rendimiento académico de los alumnos, son temas varios.	Circulares y <i>WhatsApp</i> .	A través de sesiones y mensajes de <i>WhatsApp</i> .	La mayoría de información se nos transmite a través de sesiones de manera informal.	No hay.	Si, tenemos grupos de <i>WhatsApp</i> para docentes y alumnos.
Docente de computación 2 años	Si. <i>WhatsApp</i> , hojas itinerantes, memos y circulares.	<i>WhatsApp</i> . Se logra transmitir la información más rápido.	<i>WhatsApp</i> .	Toda la información se brinda desde dirección, si tengo dudas lo reporto a dirección.	No existe, sería necesario porque ayudaría a conocer dudas de alumnos y padres para mejorar.	Si.
Docente de sociales 1 año	Si, algunos son electrónicos y otros verbales o por <i>WhatsApp</i> .	Correo electrónico y circulares.	<i>WhatsApp</i> .	Formales.	Recuerdo que hay uno en secretaría.	Si.
Docente de contabilidad 8 años	Si, como circulares, memos y reuniones.	Memorándum.	Verbal, circulares, memos y <i>WhatsApp</i> .	70% formales y 30% informales.	En físico no existe, pero si se da la oportunidad de opinar en las reuniones.	Si.
Docente de inglés 8 años	Si y a los alumnos los maestros guías les informan.	<i>WhatsApp</i> .	<i>WhatsApp</i> y verbal.	Formales.	No, pero sería bueno tenerlo.	Si.
Secretaría 15 años	Si como circulares y ahora que tenemos grupos de <i>WhatsApp</i> por allí se transmite la información. Tenemos un grupo para maestros y otro para alumnos. Yo no manejo ningún grupo, solo los maestros guías. Desde lo de la pandemia casi ya no mandamos circular y ese mensaje lo escribimos en <i>Word</i> y ya se manda.	<i>WhatsApp</i> .	Verbal.	De los dos más, porque a veces solo es verbal.	No.	Si.
Sub - director 14 años	Si los conocen lo directo y de allí los oficios y memos.	<i>WhatsApp</i> .	Si no es tan formal <i>WhatsApp</i> , y si es formal las circulares o memos.	En su mayoría formales, pero en su momento lo platicamos de manera informal.	No existe, pero los computadores pueden platicar con nosotros.	Si.
Director 15 años	Si.	<i>WhatsApp</i> y también tenemos para los padres.	Verbal.	Canales formales.	No hay directamente diseñado eso con los docentes y con los padres de familia ellos pueden dar sus consultas en redes cuando algo no les parece.	Si.

Fuente: Autoría propia

**Interpretación:** La dirección utiliza diferentes canales de comunicación para informar al personal docente y administrativo, siendo estos: circulares, memorándums, hojas itinerantes, notas informativas, correo electrónico, *WhatsApp*, reuniones y capacitaciones.

El personal docente, administrativo y dirección dieron a saber que visiblemente no existe un buzón de sugerencias ni cartelera informativa, pero consideran que sería una opción contar con ellos. El buzón de sugerencias brindaría la oportunidad de conocer las mejoras a realizar dentro de la institución y la cartelera permitiría mantener informados a alumnos y docentes de plan diario y fin de semana sobre las diversas actividades del establecimiento.



**Tabla 10**

*Resumen de entrevistas: responde al segundo objetivo específico*

Objetivo específico: Determinar la frecuencia de uso de los diferentes canales de comunicación.					
Entrevistado(a) y cantidad de años de laborar en la institución	Preguntas				
	¿Con cuánta frecuencia utiliza usted los canales de comunicación que tiene el establecimiento?	¿Visita frecuentemente la página oficial de Facebook?	¿Se difunde información todas las semanas en la página oficial?	¿Dispone la página oficial de un manual o guía de estilo?	¿Existe relación entre lo que se publica en los canales digitales y otras formas de comunicación como circulares o mensajes de WhatsApp?
Docente de ciencias naturales 11 años	Tal vez cada quincena o mensual.	No tan seguido.	No es muy poco, solo cuando hay actividades relevantes.	No.	No la información solo es interna.
Docente de computación 2 años	Todos los días uso <i>WhatsApp</i> para reportar a cada padre de familia, para informar sobre que grupo viene, también se comparte información de temas y ejemplos.	Sí.	No.	No.	Si el contenido es el mismo.
Docente de sociales 1 año	Regularmente. Para comunicarme con los padres de familia por lo general les envío una nota en el cuaderno correspondiente a mi materia porque no tienen agenda.	Sí.	No.	No.	A veces sí, por lo general son las actividades, en <i>WhatsApp</i> se envían más circulares y notas.
Docente de contabilidad 8 años	Todos los días.	Sí.	No siempre, solo los eventos importantes.	No, pero en mi caso que diseño lo que se postea en Facebook me ayudaría que existiera alguno.	La información casi sí.
Docente de inglés 8 años	Casi no, solo que necesite llamo al director por alguna emergencia.	No mucho.	No tengo conocimiento.	No.	Solo una vía.
Secretaria 15 años	Yo utilito mucho el teléfono porque los papás necesitan información, incluso utilito mi teléfono privado porque los padres de familia me envían capturas de sus pagos.	No siempre.	No siempre.	Esa información la maneja señora Vicky.	Solo una vía.
Sub - director 14 años	Todos los días.	Sí.	No. Solo lo más relevante, y en la pandemia fue cuando más lo usamos, pero por lo general solo lo que es <i>WhatsApp</i> . Pienso que sería necesario compartir más información para darnos a conocer más.	No la tenemos.	Solo un canal, si es circular solo circular.
Director 15 años	A diario, más que todo los digitales. Ahorita con el <i>WhatsApp</i> y las redes se manda información a papás y a alumnos, a parte de las clases presenciales se les manda información como tutoriales.	Sí.	Cada dos semanas.	No. Pero sería beneficioso contar con algunas sugerencias para trabajar esa parte.	Si existe.

Fuente: Autoría propia

*Interpretación:* El personal y dirección utilizan constantemente los canales de comunicación, siendo los más implementados el verbal y electrónico, debido a la pandemia el establecimiento tuvo la necesidad de incorporar el uso de *WhatsApp* como canal de comunicación para establecer una vía directa entre docentes, personal administrativo, padres de familia y dirección.

La institución no cuenta con un sitio *web*, pero si tienen una página oficial en *Facebook*, aunque los docentes la siguen, la visita a la misma es poco frecuente, porque no se actualiza constantemente. Además, no existe un manual que indique los aspectos gráficos a tomarse en cuenta en la elaboración del contenido. Y aunque existen diferentes canales de comunicación la información cuando se transmite es sólo por una vía.



**Tabla 11**

*Resumen de entrevistas: responde al tercer objetivo específico*

Objetivo específico: Evaluar el nivel de satisfacción del receptor.					
Entrevistado(a) y cantidad de años de laborar en la institución	Preguntas				
	Docente: ¿Recibe en forma oportuna la información que requiere para su trabajo? Dirección: ¿Se brinda la información oportuna para que los docentes y personal administrativo realicen sus funciones?	¿Se encuentra satisfecho con las formas de comunicación que existen dentro del establecimiento o le ha generado algún inconveniente?	¿Considera efectiva la forma de comunicación a través de memorándum, circulares, reuniones informativas, correo electrónico y grupo de WhatsApp?	¿Considera que los canales de comunicación con los que cuenta el establecimiento educativo son efectivos para informar tanto al personal docente como a padres de familia o podría mejorar?	Debido a que vivimos en una era de cambios tecnológicos ¿considera necesaria la implementación de otra herramienta de comunicación?
Docente de ciencias naturales 11 años	Sí.	En su mayoría es satisfactorio. Sin embargo, con las circulares los alumnos no las entregan y el mensaje no llega a los padres de familia.	Sí, un 95%.	Se puede mejorar, como le comentaba en un 95% funcionan, pero queda eso pendiente.	Se podría fortalecer el correo electrónico.
Docente de computación 2 años	Sí.	Satisfecha.	Sí, se maneja más WhatsApp.	Está bien, pero siempre se puede mejorar, un mensaje lo leen los padres el problema es que los alumnos no entregan las circulares y no tenemos como informarle al padre de familia.	Sí, algún formato virtual, video o llamada. Padres y docente.
Docente de sociales 1 año	Sí.	Satisfecha y los padres han respondido.	Sí, la comunicación es rápida.	Sí es efectivo porque se contacta a los padres.	Podría ser incorporar alguna plataforma como CLASSROOM para que los alumnos puedan entregar tareas y puedan ver sus porcentajes de avance.
Docente de contabilidad 8 años	Sí.	A veces no todos estamos en las reuniones, entonces no se nos informa al mismo tiempo a todo.	Sí uno se mantiene informado de las cosas importantes.	Se puede mejorar, pero todo depende de la disposición de los padres, el compromiso que tengan y la falta de interés.	Sí, sería bueno, pero depende de la responsabilidad.
Docente de inglés 8 años	Sí.	No. Solo que a veces hay información en plan diario que no me entera en fin de semana.	No he visto mayor inconveniente, siempre y cuando nos envíen la información.	Están bien.	Estamos bien, pero me gustaría que hubiera más tecnología en mi clase eso ayuda.
Secretaría 15 años	Sí.	Sí, estamos bien.	Sí, cualquiera de esos canales nos envían información.	Sí logran avisar porque como la mayoría está en los grupos de WhatsApp todos se enteran.	Estamos bien así.
Sub - director 14 años	Sí, eso tiene que ser con tiempo.	No, todo bien.	Sí, estamos bien.	Sí, las circulares es lo que más aceptan, es más formal. Mandamos una circular tenemos una mejor respuesta.	Las que usamos son las que se aceptan al entorno.
Director 15 años	Sí, se trata de compartir la información que se necesita.	Todo ha sido bien por el momento, cuando empezó la pandemia con todo eso digital sí había inconveniente con los padres de familia, no con nosotros sino con los mismos padres de familia, ellos discutían, después se vio la necesidad de solo transmitir información para que ellos no debatían. Entre el personal docente siempre ha existido respeto.	Sí, estamos bien con esas formas de comunicación.	Sí, utilizamos más la tecnología, a consecuencia de la pandemia tuvimos que aprender, y los padres de familia también y participar. Por el momento estamos bien.	Por el momento considero que no, porque estamos bien con las que usamos, hemos tenido verbal, la escrita y ahora con lo tecnológico hemos estado bien. Cuando hacemos reuniones son a hora de recreo o sino los citamos antes de las 7 o se retrasan los alumnos antes de las 12. Al docente se le indica días antes para que ellos sepan que tienen que completar su contenido. Una vez al mes, los maestros revisan los cuadernos y llegan los padres.

Fuente: Autoría propia

**Interpretación:** Los entrevistados indicaron que la información que reciben les ayuda a cumplir con sus responsabilidades, y el director reveló que se esfuerzan por compartir a tiempo los datos que el personal requiere. Por lo que ambas partes se encuentran satisfechas con las formas de comunicación que existen, y consideran que son efectivas, siempre y cuando se transmita la información. Algunos mencionaron que el problema radica en los alumnos quienes no entregan las circulares y otros dijeron que durante las reuniones algunos maestros no están presentes.

Cuando los maestros no están todos presentes, no se logra compartir la información en su totalidad, lo que retrasa el proceso de transmisión de la información. Aunque la mayoría de docentes concuerdan en que los canales utilizados son efectivos para informar de manera interna, otros sostienen que siempre se puede mejorar, por lo que sería oportuno implementar algunas herramientas de comunicación y fortalecer las que existen.



**Tabla 12**  
*Consensos y disensos en la entrevista*

Preguntas	Consenso	Disenso
¿Conocen sus compañeros y usted quién es su jefe directo?	Los 6 docentes entrevistados indican que sí, y dirección reitera la misma información.	No hay disenso.
¿La dirección manifiesta sus objetivos de tal forma que permie el sentido de misión e identidad entre sus miembros?	Los docentes entrevistados indican que sí.	Las autoridades del establecimiento indican que no en su totalidad.
¿Le proporcionaron la información institucional oportuna, así como manuales para cumplir con sus funciones y responsabilidades?	5 docentes indican que recibieron la información de manera verbal, pero no cuentan con ningún manual.	La dirección del centro educativo indica que no existe ningún manual de procesos y uno de los docentes comentó que no recibió información, cuando lo contrataron se centraron en analizar sus capacidades.
¿Se ha tomado en cuenta su opinión, ideas o sugerencias al tomar decisiones importantes?	En su totalidad los entrevistados mencionaron que si existen oportunidades para dar sugerencias u opiniones y en la mayoría de los casos han sido ejecutadas.	No hay disenso.
¿La comunicación entre sus compañeros de trabajo permite el desarrollo de buenas relaciones interpersonales?	Todos los entrevistados concuerdan en que existe unidad y comunicación entre el personal docente, administrativo y dirección.	No hay disenso.
¿Reciben capacitaciones que les permitan ampliar sus conocimientos y habilidades en su área?	3 docentes indican que si reciben capacitaciones.	5 entrevistados incluyendo al director y subdirector indican que no, es muy poca la capacitación que se brinda.
¿Tiene usted cuenta de correo institucional?	Los entrevistados indicaron que no, utilizan su cuenta de correo personal.	No hay disenso.
¿Sigue a la página oficial del colegio en Facebook?	Docentes, personal administrativo y dirección respondieron de forma afirmativa.	No hay disenso.
¿Conocen los padres de familia, encargados y alumnos la página oficial?	Todos indicaron que se promueve la página entre los padres de familia y alumnos.	No hay disenso.
¿Se sienten identificados los alumnos con la filosofía e identidad corporativa de la institución?	Mencionaron que de alguna forma, aunque sería lo ideal, sin embargo no lo han dado a conocer.	No hay disenso.
¿Utiliza el personal docente y administrativo el uniforme correspondiente?	Respondieron que si existe un uniforme pero los docentes que trabajan en plan fin de semana dejaron de usarlo durante la pandemia.	No hay disenso.

Fuente: Autoría propia

*Interpretación:* La comunicación dentro del establecimiento educativo permite establecer buenas relaciones interpersonales. El personal docente y administrativo reconocen quien es su jefe directo y concuerdan en que existe la oportunidad de plantear ideas o sugerencias, y las mismas son tomadas en cuenta. Sin embargo, la dirección debe mejorar la forma en que comunica sus objetivos y fortalecer los canales de comunicación electrónicos.



## 1.14 FODA comunicacional

Para Idalberto Chiavenato (2003) el FODA permite conocer la situación interna y externa de una institución, dando la oportunidad de identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.

El análisis FODA como toda actividad que se realiza requiere de un procedimiento a seguir, siendo estos según QuestionPro (s.f) los enlistados a continuación:

- 1) Establecer un objetivo.
- 2) Realizar una investigación acorde a los objetivos planteados.
- 3) Identificar las fortalezas y debilidades de la institución.
- 4) Establecer oportunidades potenciales.
- 5) Indagar sobre las amenazas a las que se enfrenta la organización.

Para generar la matriz FODA comunicacional del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología se utilizaron los hallazgos obtenidos en la observación.

**Figura 3**  
*Matriz FODA*



Fuente: Autoría propia



## 1.15 Problemas detectados

El análisis de la comunicación interna del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología ha develado que el trabajo en equipo, la disposición de aprender y la comunicación de doble vía son aspectos en constante desarrollo dentro del plantel educativo. Sin embargo, con la recopilación y análisis de los datos obtenidos de las técnicas de observación, documentación, análisis de contenido y entrevistas semiestructuradas, se detectaron aspectos a fortalecer, los cuáles se enlistan a continuación:

- a) No existe promoción de la parte filosófica de la institución, ni manejo de la identidad gráfica del establecimiento, el logotipo es manipulado de manera empírica.
- b) Falta de armonía visual en los diferentes canales de comunicación.
- c) Falta de capacitación al personal docente y administrativo.
- d) No se cuenta con manuales de inducción que recopilen las responsabilidades, forma de realizar los procesos y elaboración de la documentación respectiva.
- e) Dificultad para encontrar el momento idóneo para realizar reuniones y transmitir la información.
- f) No cuentan con un canal de comunicación específico para reforzar la información que se transmite.
- g) No existe un canal de comunicación específico para recopilar las opiniones y sugerencias.

## 1.16 Planteamiento del problema comunicacional

¿Es la identidad corporativa un factor de debilitamiento comunicacional para el posicionamiento de la institución dentro de la comunidad educativa?

Hipótesis: Al no promover la parte filosófica y visual de la institución se crea en la mente de la comunidad educativa la idea errónea de que las capacitaciones, manuales corporativos,



formalidades laborales y comunicacionales pertenecen únicamente a las instituciones de mayor envergadura, eliminando por completo el sentido de afinidad con el establecimiento educativo.

### 1.17 Indicadores de éxito

Si bien es cierto que existen ciertos inconvenientes a solventar en materia comunicacional dentro de la organización interna del establecimiento, también es oportuno recalcar que impera un ambiente de confianza y cordialidad en donde se brinda la oportunidad al personal de dar a conocer sus opiniones y sugerencias. Por eso se enlistan como indicadores de éxito los siguientes aspectos:

- a) La institución proporcionó la información física y verbal necesaria para realizar el diagnóstico comunicacional.
- b) El establecimiento educativo brindó el tiempo y espacio adecuado para la recolección de la información.
- c) Se permitió la toma de fotografías de las instalaciones.
- d) Disposición del personal docente y administrativo por capacitarse.
- e) Conciencia de las autoridades directivas sobre la importancia de promover el aspecto filosófico del centro educativo.
- f) Cuentan con diferentes canales de comunicación para transmitir la información.

### 1.18 Límites y alcances de la investigación

Con el diagnóstico comunicacional fue posible conocer los diferentes elementos que integran el flujo y transmisión de la información en el establecimiento educativo, para alcanzarlo se establecieron objetivos que guiaron la recolección, transcripción e interpretación de los resultados.

Aunque el deseo de un investigador es dar respuesta y solución a los problemas de su alrededor, existen ciertos parámetros que impulsan o limitan el ejercicio de indagación. Esos parámetros se definen en la presente investigación como: límites y alcances.



### 1.18.1 Límites

- a) El diagnóstico comunicacional tuvo un tiempo determinado para realizarse, que englobó los meses de febrero y marzo del 2022.
- b) Se analizó la comunicación interna del establecimiento educativo, involucrando al personal docente del nivel básico y diversificado, de las jornadas de plan diario y fin de semana, personal administrativo y directores.
- c) No se contó con la participación de estudiantes y padres de familia del plantel educativo.
- d) No fue posible presenciar el flujo de información directamente de las actividades cotidianas entre docentes y dirección, por ejemplo, no se observó una reunión de docentes y directivos.
- e) No logró evaluarse la cantidad de mensajes, circulares e información que se transmite en el año escolar.
- f) Únicamente logró estimarse la satisfacción de uso de los canales de comunicación durante el primer trimestre del año en curso, en donde la asistencia ha sido presencial.

### 1.18.2 Alcances

- a) Conocimiento sobre la opinión de los docentes del nivel básico y diversificado de las jornadas de plan diario y fin de semana sobre la forma de comunicación que se maneja en el establecimiento educativo.
- b) Identificación de los canales de comunicación que utiliza la institución para transmitir la información.
- c) Determinación de la frecuencia de uso de los canales de comunicación por docentes y personal administrativo.
- d) Evaluación del nivel de satisfacción en cuanto a la forma de transmitir la información en el establecimiento educativo y visualización de la parte gráfica y filosófica de la institución.



## 1.19 Cronograma del diagnóstico

**Tabla 13**  
*Cronograma del diagnóstico*

Cronograma del diagnóstico													
No.	Actividades	Enero				Febrero				Marzo			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Inscripción al propedeúico del Ejercicio Profesional Supervisado.												
2	Fase propedeúica del diagnóstico.												
3	Selección de la institución para elaborar el diagnóstico comunicacional.												
4	Entrega de ficha de perfilación a coordinación del EPS.												
5	Solicitud de autorización por parte del director del establecimiento educativo.												
6	Aprobación por parte del director del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología para elaborar el proyecto de EPS.												
7	Selección y delimitación del área a indagar.												
8	Lectura de tesario sobre trabajos de EPS relacionados con el ámbito comunicacional en los establecimientos educativos.												
9	Se asiste a Biblioteca Central para solicitar pin y reservar libros.												
10	Se envía correo electrónico a la biblioteca Flavio Herrera para solicitar el envío de trabajos de EPS en formato PDF.												
11	Se reciben los tesarios solicitados para consultarlos.												
12	Lectura de los trabajos de investigación para elaborar los antecedentes comunicacionales.												
13	Solicitud de acta de graduación y cierre de pènsum para completar papelería de inscripción del EPS.												
14	Se reciben los documentos solicitados de control académico de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.												
15	Se realiza trabajo de observación en la institución.												
16	Redacción de antecedentes y datos generales de la institución.												
17	Elaboración del diagnóstico y registro de los hallazgos obtenidos dentro de la institución.												
18	Reunión con el asesor.												
19	Redacción de objetivos generales y específicos.												
20	Elaboración de la metodología a ejecutar en la investigación												
21	Reunión con el asesor.												
22	Redacción de cuestionario de preguntas por temas para desarrollar la entrevista a profundidad al personal docente y administrativo.												
23	Recopilación y transcripción de información para elaborar la técnica de la documentación y análisis de contenido.												
24	Revisión de la primera parte del trabajo de investigación por el asesor.												
25	Entrevistas a docentes y personal administrativo.												
26	Transcripción de respuestas obtenidas en las entrevistas.												
27	Interpretación de resultados obtenidos de las entrevistas.												
28	Creación de tabla de disensos y consensos.												
29	Elaboración del FODA comunicacional, problemas detectados, indicadores de éxito, límites y alcances.												
30	Redacción de conclusión, recopilación de referencias y anexos.												
31	Entrega del diagnóstico comunicacional del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología.												

Fuente: Autoría propia



## 1.20 Proyecto a desarrollar

Plan estratégico de comunicación interna para implementar la identidad visual y corporativa del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología.



## Capítulo 2

### 2. Plan estratégico de comunicación

#### 2.1 Plan de comunicación

La planificación es un pilar importante en la toma de decisiones que permite determinar las acciones pertinentes para cumplir con éxito alguna tarea estipulada. Es por ello que Aljure (2015) menciona que el único lugar en el que el éxito está antes de la planificación es en el diccionario.

Para Aljure (2015) el término “estrategia” viene a reforzar esa serie de pasos que se trazan durante el proceso de la planificación, la cual no se define por la complejidad durante la elaboración ni tiempo de ejecución, sino partiendo del presente al futuro, estableciendo los cambios necesarios.

Todo tipo de organización, pública, privada o mixta, necesita comunicarse con diferentes públicos para alcanzar sus objetivos, por eso es importante contar con un plan estratégico de comunicación que sienta las bases para gestionar los procesos informativos dentro de la institución educativa.

El plan estratégico de comunicación puede ser de índole interna y externa atendiendo a las necesidades de la organización. El cuál deberá incluir objetivos comunicacionales previamente definidos y ligados a los objetivos institucionales del centro educativo.

Los elementos que conforman el plan estratégico son: objetivo general y específicos, estrategia, actividades o acciones, público objetivo, mensaje clave, indicadores de las acciones, recurso humano, financiamiento y presupuesto, beneficiarios, áreas geográficas de acción, cuadro operativo de la estrategia y cronograma del plan de comunicación.

#### 2.2 Elementos comunicacionales

La comunicación es un proceso fundamental en la vida de las organizaciones, porque permite mantener relaciones sociales con sus públicos externos e internos. Por eso para Aguado (2004) la idea de organización y comunicación se encuentran netamente ligados.

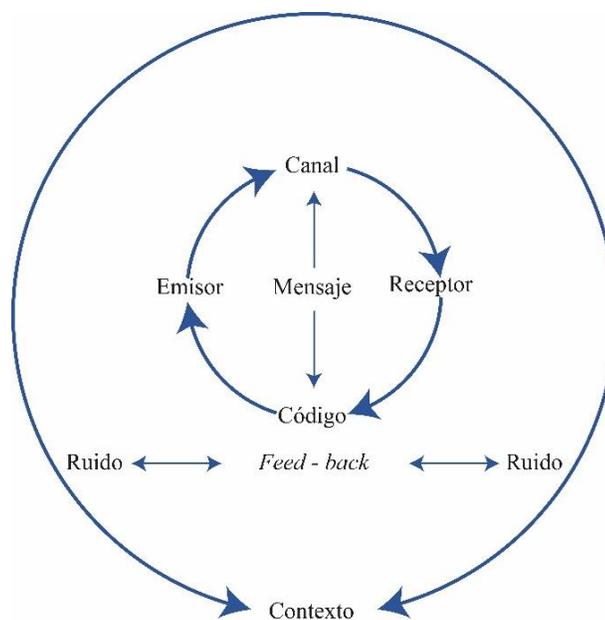
Aunque existen diferentes modelos de comunicación, este análisis tomará como base de referencia los modelos circulares, en donde el *feed-back* juega un papel esencial dentro del proceso comunicacional, permitiendo conocer la respuesta que se genera con la información que se comparte, convirtiendo al receptor en un ente activo dentro de la comunicación.

El modelo De Fleur (citado por Aguado, 2004) establece una relación entre el emisor y receptor a través de los canales de comunicación como vía de instrumentos del *feed-back*. Este modelo se adapta con el plan de comunicación establecido para el Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología en donde los soportes utilizados para transmitir la información al personal docente y administrativo son esenciales para su concepción.

Osgood y Schramm (citado por Aguado, 2004) opinan que los entes involucrados en el proceso de comunicación realizan funciones de análisis como: codificar, descodificar e interpretar. Acción esencial para cumplir con los objetivos de una organización. Como se ha expuesto, para cumplir con el proceso de la comunicación es indispensable contar con una serie de elementos como los que se muestran en la Figura 4.

**Figura 4**

*Esquema del proceso comunicacional*



*Fuente: Autoría propia*



### 2.2.1 Proceso comunicacional

A continuación, se detallan los elementos que intervienen en el proceso comunicacional, adaptándose estos a las necesidades del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología.

- a) El emisor: para Greene (2002) este elemento de la comunicación representa el originador de la información que se transmitirá al público o individuo seleccionado, quien tiene un objetivo establecido para ponerse en contacto con los receptores de la información.

El establecimiento educativo no posee un departamento de comunicación por lo que en el plan estratégico delineado para el Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología, la estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado fungirá como originadora de la información, que deberá ser aprobada y autorizada por la dirección del centro educativo.

- b) Receptor: según Aguado (2004) el destinatario de la información tiene como responsabilidad decodificarla y transformarla. Los receptores de la información corresponden a la comunidad educativa interna de la institución, conformada por el personal docente, administrativo y directores.
- c) Mensaje: Greene (2002) define el mensaje como la información que se comparte entre emisor y receptor, la cual debe ser clara, precisa, objetiva, oportuna e interesante.

El mensaje que se pretende proyectar a la comunidad educativa del establecimiento se encuentra estrechamente relacionado con los objetivos institucionales, a través de mensajes escritos y verbales se busca fortalecer la identidad corporativa del centro educativo y sentido de pertenencia de los colaboradores.

- d) Canal: para Aguado (2004) el canal representa el soporte físico a través del cual se transmite la información al receptor. La información se transmitirá al personal interno de forma impresa, verbal y digitalmente.



- e) Código: Guardia de Viggiano (2009) indica que el código constituye un conjunto de símbolos en común que pueden ser interpretados por un grupo de personas. En el plan comunicacional se plantea como punto de partida reforzar la identidad corporativa de la institución, por lo tanto, deberán utilizarse señales, imágenes y colores visualmente conocidos para el personal interno de la institución.
- f) Ruido: para Guardia Viggiano (2009) existen factores que entorpecen el proceso comunicativo, resultando en interferencias que impiden el éxito de la conversación. Estos ruidos o barreras comunicacionales pueden ser de carácter físico y psicológico. Erróneamente se concibe que las capacitaciones, manuales corporativos, formalidades laborales y comunicacionales corresponden únicamente a las instituciones de mayor envergadura, por lo que se busca minimizar esa idea en la comunidad educativa.

Para lo cual se hará hincapié, en la importancia de la comunicación organizacional en las instituciones educativas, también se recurrirá a la redundancia visual con el fin de fidelizar en la mente del receptor la pertenencia con la institución.

- g) *Feed-back*: según Greene (2002) representa el mensaje de respuesta del receptor sobre la información recibida. En la institución no existen canales que permitan la retroalimentación de la información, por lo que se pretende establecer un canal que permita obtener la respuesta esperada del destinatario del mensaje.
- h) Contexto: Guardia Viggiano (2009) menciona que el contexto, situación o referente, representa la dimensión espacio – temporal y física, presentes en la realidad en donde se efectúa el acto comunicativo.

El contexto que se tomará en cuenta para la elaboración del plan comunicacional es el ámbito educativo, incluyendo las necesidades de la institución en la comunidad a la que representa.

La estrategia establecida para el Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología se centrará en la comunicación organizacional, enfocada en el ámbito interno de la institución, por lo que a



continuación se plantean definiciones oportunas para la comprensión de los términos implicados en el plan estratégico.

### 2.2.2 Comunicación organizacional

Lemus (2000) la define como el intercambio de información entre los individuos que conforman una institución, auxiliándose de los recursos propios de la organización. Permitiendo la interacción entre sus diferentes públicos. Comunicación y organización son términos que no pueden operar de manera aislada. Para el plan estratégico, la comunicación organizacional se adaptará desde el ámbito educativo.

### 2.2.3 Comunicación interna

Como su nombre lo indica representa el flujo de información que se emite dentro de la institución, con el fin de operar de manera sistemática y ordenada. Cumpliendo así los objetivos del centro educativo.

Para Ramos, Paredes, Teran y Lema (2017) la comunicación interna juega un papel fundamental en la vida de la institución. Porque permite evaluar el flujo de la información entre las diferentes dimensiones humanas de la organización, generando el ambiente propicio para el desarrollo de las prácticas comunicacionales, buscando la satisfacción de los colaboradores.

La comunicación interna efectiva, persigue más que mantener informados de las actividades y operaciones a sus empleados, se centra en obtener una respuesta de sus colaboradores, abriendo la oportunidad de interacción entre sus miembros, potenciando el sentimiento de pertenencia a través de la motivación e implicación de los trabajadores. Actividad sumamente importante en el ámbito laboral de los centros educativos.

### 2.2.4 Cultura organizacional

Según la Universidad Americana de Europa (UNADE, 2019) la cultura organizacional implica una serie de elementos que en conjunto forman la identidad empresarial, siendo estos: ideas, creencias,



valores, aspectos filosóficos y conductuales de la organización. Aunque la definición anterior engloba a los complejos de índole comercial, cabe mencionar que tales elementos constituyen también la identidad de los centros educativos, en donde existen ideas, creencias y valores sobre los que se fundamenta la institución.

Para Riaza (2021) una cultura organizacional bien estructurada permite a traer al personal idóneo que se acople a los aspectos filosóficos, procesos y actitudes de la corporación. Para definir concretamente la cultura organizacional de la entidad es importante tomar en cuenta las normas de trabajo, liderazgo y valores de la institución. Factores sumamente importantes en los centros educativos, en donde la labor de enseñar es el pilar que los sostiene.

La forma en que se establecen las relaciones de comunicación impactará en el ámbito laboral, lo que expondrá el tipo de cultura organizacional que se desarrolla en la institución y afectará la manera en que es concebida por el personal interno. Por lo que las acciones deberán estar ligadas a los objetivos institucionales para mantener sólida y coherente la cultura organizacional.

Así como en el mundo existen muchos tipos de culturas, en el ámbito comunicacional podemos también segmentarlas, partiendo de los intereses, objetivos, valores y acciones que definen a las organizaciones. En este aspecto, es imposible brindarles el mismo tratamiento a las instituciones, porque todas se diferencian entre sus públicos, no es posible pensar de la misma manera en la cultura organizacional de una empresa dedicada a la comercialización de productos de limpieza para el hogar, que pensar en la cultura organizacional de un centro educativo.

Además de la parte conceptual de una organización existen elementos y símbolos gráficos que identifican a una institución entre sus públicos y los centros educativos no son la excepción.

#### 2.2.4.1 Identidad corporativa

Para Galán (2017) es la idea concebida que tienen los públicos internos y externos sobre la organización, involucrando elementos conceptuales y visuales que distinguen propiamente a la institución. Determinada por factores como: evolución histórica, catálogo de productos, elementos gráficos, visuales y actividades sociales.



Arenas (2019) expone que la identidad corporativa de los centros educativos se encuentra ligada al logo, el escudo, mascota y valores filosóficos que fundamentan la razón de ser del establecimiento. Acciones expuestas en algunos casos en documentos internos y páginas corporativas.

#### 2.2.4.2 Identidad visual

Según Villafañe citado por Cucchiari (2019) es la representación simbólica de la identidad corporativa de una institución, estipulándose en el manual de normas de uso de la marca, que establece los procedimientos apropiados para la correcta aplicación de la misma. Lo que hace resaltar la importancia de la construcción de la marca desde sus inicios.

Para Villafañe citado por Cucchiari (2019) la identidad visual de la marca está integrada por:

- a) El logotipo, símbolo o logo símbolo.
- b) Colores corporativos.
- c) Tipografía corporativa.

La conjugación de estos elementos visuales genera la línea gráfica definida para la institución, la cual deberá adaptarse a la cultura e identidad corporativa, es inconcebible pensar en una paleta de colores que no armonice con el ambiente educativo en el que se sitúa la institución.

#### 2.2.4.3 *Engagement* o sentido de pertenencia

Es el sentimiento de cohesión que se pretende concretar entre los colaboradores y la empresa. El cuál va más allá de portar un uniforme, involucrando las motivaciones y el compromiso que el trabajador adquiere hacia el cumplimiento de los objetivos institucionales.

Cárdenas (2014) manifiesta que el sentido de pertenencia se genera a medida que el trabajador se considera parte del equipo de trabajo, desarrollando sentimientos de apego, aceptación e identidad hacia la organización, creando conductas pro activas hacia el desarrollo de las responsabilidades.



El sentido de pertenencia en los centros educativos es de gran importancia, porque permite al docente cumplir con sus responsabilidades de enseñanza y aprendizaje de una forma activa, lo que armoniza con los objetivos del establecimiento educativo.

## 2.3 Objetivos del plan de comunicación

### 2.3.1 Objetivo general

a) Fortalecer la identidad corporativa y sentido de pertenencia de los colaboradores del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología.

### 2.3.2 Objetivos específicos

- a) Crear la identidad corporativa del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología.
- b) Implementar nuevos canales de comunicación para consolidar el proceso informativo dentro del establecimiento educativo.
- c) Establecer procedimientos de inducción para el manejo de la información y documentación interna del personal docente y administrativo interiorizando la cultura organizacional de la institución.

## 2.4 Estrategia

Para Quinn citado por Ríos, Páez y Barbos (2020) la estrategia constituye una serie de pasos previamente establecidos, comprendiendo los objetivos, políticas y lineamientos de trabajo de una institución. Lo que significa que no puede realizarse de manera aislada de los intereses de la organización implicada.

La estrategia establecida para el Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología se centrará en la comunicación organizacional, enfocada en el ámbito interno de la institución. A continuación, se detalla la forma de operativizar cada estrategia en función de los objetivos establecidos.



### 2.4.1 Estrategia comunicacional del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología

La estrategia de comunicación establecida para el Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología está dirigida a reforzar la identidad corporativa y visual de la institución, así como también fomentar el sentido de pertenencia de los colaboradores. Acciones basadas en los resultados obtenidos del diagnóstico comunicacional.

Se busca establecer la identidad corporativa de la institución educativa por lo que se realizará un manual de identidad gráfica, que sienta las bases sobre el uso de la marca en diferentes soportes impresos y digitales, además se persigue interiorizar la cultura organizacional, impulsando el sentido de pertenencia de los colaboradores con el establecimiento, creando así la identidad corporativa del centro educativo, tal como se expone en el primer objetivo específico del plan.

También se implementarán nuevas herramientas de comunicación interna para consolidar el proceso de información, a través de la colocación de cartelera informativa, buzón de sugerencias y pizarra positiva, así se atenderá el segundo objetivo específico que consiste en implementar nuevos canales de comunicación.

Además, se busca trabajar en establecer un sistema de inducción práctico y viable, que brinde al personal docente y administrativo información sobre el manejo de la documentación interna y filosofía institucional, lo que se alcanzará mediante la creación de una guía de procedimientos, que interiorice la cultura organizacional de la institución, cumpliendo así con el tercer objetivo específico.

Con las entrevistas realizadas en el diagnóstico, se precisó que la mayoría de los docentes se identifican con los valores y objetivos de la institución, y sus intereses están ligados a los del establecimiento educativo, porque reconocen que la labor de enseñar es un trabajo en equipo, teniendo como fin común el bienestar de los estudiantes, por lo que se considera viable la aceptación y uso de la estrategia comunicacional implementada.



El deseo de mejora está presente en el personal que dirige la institución, sin embargo, el factor económico imposibilita tales acciones, por eso la estrategia comunicacional deberá elaborarse de forma equilibrada y presupuestada de tal manera que pueda replicarse posteriormente.

Como institución educativa el Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología necesita afianzar la imagen institucional frente a los competidores, creando sentido de pertenencia en los colaboradores, evitando así el abandono de las labores. La estrategia de comunicación se centra en solucionar problemas existentes reflejados en el diagnóstico. Las actividades o acciones de la estrategia se ejecutarán durante las últimas dos semanas de mayo, junio, julio y las primeras semanas del mes de agosto.

## 2.5 Actividades o acciones de la estrategia

Las acciones que se detallan están ligadas con el objetivo general y objetivos específicos de la estrategia comunicacional, con el fin de paliar la problemática expuesta en el diagnóstico comunicacional. El plan comunicacional establecido para el Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología se centra en 3 estrategias, siendo estas:

- 1) Estrategia número 1: creación y promoción del manual de identidad corporativa del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología

Tiene como fin crear y estandarizar la identidad corporativa del establecimiento educativo. Actualmente el logotipo se utiliza de manera empírica, adaptándose a las necesidades de la institución, siendo utilizado en diferentes soportes sin tener establecida una línea gráfica.

El manual de identidad corporativa recogerá los principales elementos gráficos de la marca y detallará la forma de aplicarse visualmente en soportes impresos y digitales. La implementación de este manual proveerá información relacionada sobre el formato estipulado para la creación de encabezados, hojas membretadas, sobres, carpetas y presentaciones, etc. Aunado a eso, se busca presentar formalmente este manual de uso del logotipo a los colaboradores de la institución y trasladárselos de manera digital.



Otro aspecto a tomar en cuenta es la estrategia de visibilidad de la parte filosófica de la institución y sentido de pertenencia de los colaboradores, que consiste en exteriorizar la visión y misión, explicando a los docentes a través de una reunión presencial la importancia de su papel como colaboradores del plantel educativo. Al mismo tiempo se trabajará de manera homogénea sobre la señalética de salones de clases, áreas comunes y letreros de emergencia.

**Tabla 14**

*Acciones de la estrategia comunicacional número 1*

Objetivo general: Fortalecer la identidad corporativa y sentido de pertenencia de los colaboradores del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología.				
Objetivos específicos	Problemas asociados	Estrategia	Acciones	Producto
a) Crear la identidad corporativa del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología.	No existe promoción de la parte filosófica de la institución.	Creación y promoción del manual de identidad corporativa del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología.	Digitalización del logotipo.	Manual de identidad corporativa del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología.
	No hay manejo de la identidad gráfica.		Estandarización de colores corporativos.	
	Falta de armonía visual en los diferentes canales de comunicación.		Selección de tipografía.	
			Unificación gráfica de los diferentes canales de comunicación.	
			Creación de etiqueta telefónica.	
			Visibilidad de la parte filosófica y señalética de la institución educativa.	Plasmar en material acrílico la visión, misión de la institución y señalética del establecimiento.
			Promocionar, presentar y asesorar sobre el uso del manual de identidad corporativa.	Reunión presencial para la entrega del manual de identidad corporativa y explicación de su uso y beneficios.

*Fuente:* Autoría propia

*Nota:* En la Tabla 14 se detallan las acciones y objetivos sobre los cuales se trabajará la primera etapa de la estrategia comunicacional.

**Figura 5**

*Manual de identidad corporativa*

# Manual de identidad corporativa

---

**Información:**

El manual de identidad corporativa es un documento técnico que recogerá los aspectos filosóficos, gráficos, institucionales y comerciales del establecimiento educativo.

**Responsable:**

El órgano directivo y comisión de evaluación serán los encargados de velar por el cumplimiento de lo estipulado en el manual corporativo.

---

## Ficha técnica

**Nombre:** Manual de identidad corporativa del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología.

**Tipo de mensaje:** Informativo.

**Público objetivo:** Personal docente, administrativo y directores del establecimiento educativo.

**Periodicidad:** Edición única, la cuál podrá ir teniendo modificaciones según las necesidades del establecimiento educativo.

**Formato**  
 Impreso: tamaño carta 21.59 por 27.94 cm, impreso en papel bond, full color a una cara, engargolado.  
 Digital: tamaño carta, PDF a color.

**Medio**  
 Impreso: 3 ejemplares, se distribuirán en el área de dirección, secretaría y comisión de evaluación.  
 Digital: 20 ejemplares distribuidos a todo el personal docente, administrativo y directores.

---

Secciones

<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Aspectos filosóficos de la institución educativa.</li> <li>2) El logotipo: presentación y descripción.</li> <li>3) El color: logotipo visto sobre diferentes superficies y colores.</li> <li>4) Medidas de seguridad: proporciones y prohibiciones en el uso del logotipo.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>5) Colores institucionales: creación de colores pantone, CMYK y RGB.</li> <li>6) Tipografía: especificaciones de la familia tipográfica a utilizar.</li> <li>7) Aplicaciones: uso del logotipo en diferentes soportes.</li> <li>8) Eventos: aplicación del logotipo en eventos institucionales.</li> <li>9) Usos en redes sociales.</li> <li>10) Etiqueta telefónica.</li> </ol>
---	---

Fuente: Autoría propia

*Nota:* En la Figura 5 se detallan las descripciones técnicas, que conformarán los productos que cumplen con las acciones expuestas en la Tabla 14.

**Figura 6**

*Visibilidad de la parte filosófica y señalización del establecimiento educativo*

# Exteriorización de la filosofía educativa

**Información:**

Visibilizar la misión y visión sobre la que se enfoca el establecimiento educativo. Además se identificará cada salón de clases y áreas comunes que conforman la institución, a la vez que se establecerá en lugares estratégicos la señalización de seguridad.

**Responsable:**

El órgano directivo y comisión de evaluación serán los encargados de velar por el mantenimiento y actualización de la información utilizada en los acrílicos.

## Ficha técnica

**Tipo de mensaje:** Informativo.

**Público objetivo:** Comunidad educativa.

**Periodicidad:** Edición única, la cuál podrá ir teniendo modificaciones según las necesidades del establecimiento educativo.

**Ubicación:** La visión y misión de la institución se colocarán en el área de secretaría y dirección del establecimiento educativo con la intención de que puedan ser visibles para todo público.

La identificación de los salones de clase y áreas comunes se colocará en la parte exterior de la puerta de entrada a cada recinto del establecimiento. Las áreas a identificar serán: secretaría, dirección, laboratorio de computación y salones de clases. Para la colocación de las señales de seguridad se tomará en cuenta los lineamientos del establecimiento educativo.

**Material y medidas**

a) **Área filosófica y señalización de los recintos del establecimiento educativo:** se utilizará porta acrílico horizontal tamaño A4, la impresión podrá realizarse en papel *bond* de 120 gramos a *full* color, utilizando la línea gráfica definida. El acrílico se colocará con cinta adhesiva *mounting* de doble cara para interior.

b) **Señalización de seguridad:** los colores de seguridad asignados son: el verde y azul, que indica condición segura. Las indicaciones corresponden a: salidas de emergencia, rutas de evacuación, primeros auxilios, sanitarios y gradas. El material a utilizar será PVC medida estándar colocadas con cinta adhesiva *mounting* de doble cara para interior y exterior.

*Fuente:* Autoría propia

*Nota:* En la Figura 6 se detallan las descripciones técnicas que conformarán los productos que cumplen con las acciones expuestas en la Tabla 14.



## Figura 7

### Reunión de presentación del manual de identidad corporativa

# *Manual de identidad* **Corporativa**

---

## Reunión de presentación/presencial

**Fecha:** Segunda semana de agosto  
**Hora:** a convenir con el establecimiento educativo  
**Responsable:** estudiante del ejercicio profesional supervisado EPS  
**Participantes:** personal docente y administrativo del establecimiento educativo

---

### Temas

- 1) Bienvenida.
- 2) Presentación de la actividad.
- 3) Explicación sobre la importancia de la identidad institucional en el Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología.
- 4) El maestro como parte integral y su sentido de pertenencia con la institución.
- 5) Presentación y explicación sobre el uso del manual de identidad corporativa del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología.
- 6) Entrega física del manual de identidad corporativa a la dirección del establecimiento y de forma virtual al personal docente y administrativo.
- 7) Entrega de bifoliar informativo sobre la identidad corporativa y pachón para agua con el logo del establecimiento educativo y el slogan:  
"Somos de lo bueno, lo mejor en la formación de profesionales".
- 8) Palabras de despedida.

*Fuente:* Autoría propia

*Nota:* En la Figura 7 se detallan las descripciones técnicas que conformarán los productos que cumplen con las acciones expuestas en la Tabla 14.



2) Estrategia número 2: implementación de piezas de comunicación interna en el Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología.

Busca implementar nuevos canales de comunicación que permitan mantener informados a todo el personal docente de los diferentes niveles educativos. El establecimiento cuenta con dos jornadas laborales, plan diario y fin de semana, la mayoría de los docentes trabajan en ambas jornadas por lo que la información que se distribuye en plan diario está a su alcance, sin embargo, hay otros maestros que prestan sus servicios únicamente fin de semana por lo que desconocen los datos que se comparten en la jornada diaria.

Para paliar esta situación se pretende establecer una cartelera informativa que permita colgar todas las notas explicativas de interés docente sobre las reuniones, capacitaciones, semana de evaluación y datos generales de actividades que se compartan en la institución. De esa forma los docentes podrán tener a su alcance los anuncios importantes del plantel educativo, eliminando así la exclusión de la información.

También se persigue instaurar un buzón de sugerencias y una pizarra positiva que contendrá una caja identificada con la palabra “Sugerencias” que permitirá recopilar las opiniones y puntos de vista del personal docente y administrativo sobre las acciones operativas de la institución, y en el pizarrón los docentes tendrán la oportunidad de exponer frases o pensamientos positivos que motiven la labor docente.

Evaluar cada cierto tiempo la manera en que se realiza el trabajo promueve la mejora de las actividades dentro del establecimiento.

Los canales de comunicación implementados contarán con una guía de uso, en el caso del buzón de sugerencias se realizará un formato impreso que podrán llenar y depositar en la caja destinada para dicho uso. Además, se utilizarán mensajes estratégicos con el fin de promover el uso de los nuevos canales de comunicación interna.



**Tabla 15**

*Acciones de la estrategia comunicacional número 2*

Objetivo general: Fortalecer la identidad corporativa y sentido de pertenencia de los colaboradores del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología.				
Objetivos específicos	Problemas asociados	Estrategia	Acciones	Producto
b) Implementar nuevos canales de comunicación para consolidar el proceso informativo dentro del establecimiento educativo.	Dificultad para encontrar el momento idóneo para realizar reuniones y transmitir información.	Implementación de piezas de comunicación interna en el Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología.	Elección del lugar de ubicación de la cartelera informativa.	Cartelera informativa
	No cuentan con una canal de comunicación específico para reforzar la información que se transmite.		Seleccionar la información que se colgará.	
	No existe un canal de comunicación establecido para recopilar las opiniones y sugerencias.		Delegar a la persona encargada de publicar y renovar la información. Diseño e implementación en el área especificada. Guía de uso de la cartelera informativa.	
			Ubicación del buzón de sugerencias positivo. Delegar a la persona encargada del mantenimiento del buzón de sugerencias. Diseño creativo del buzón de sugerencias. Guía de uso.	Buzón de sugerencias creativo Pizarra positiva.
			Diseño de mensajes estratégicos para promover el uso de los nuevos canales de comunicación.	Promoción de los nuevos canales de comunicación.

*Fuente:* Autoría propia

*Nota:* En la Tabla 15 se detallan las acciones que responderán al segundo objetivo del plan comunicacional del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología.

**Figura 8**

*Cartelera informativa del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología*

## Cartelera informativa

---

<p><b>Información:</b></p> <p>Pieza de comunicación interna que permitirá mantener informados a docentes y personal administrativo sobre las diversas actividades que se realizarán en la institución evitando sesgos informativos.</p>	<p><b>Responsable:</b></p> <p>Secretaría y dirección se proponen como responsables de mantener actualizada y organizada la información que se exhibirá en la cartelera.</p>	<p><b>Ubicación:</b></p> <p>Salón de maestros.</p>
<p><b>Material:</b></p> <p>Lámina de corcho y marco de madera.</p> <p><b>Medidas:</b></p> <p>60 por 90 cms</p> <p><b>Diseño:</b></p> <p>Rectangular - horizontal</p>	<p><b>Normativo de uso:</b></p> <p>Se elaborará siguiendo las necesidades de la institución y se proveerá de manera impresa a <i>full color</i> en hojas tamaño carta en una carpeta corporativa en donde también se almacenará la información publicada en la cartelera.</p>	<p><b>Ciclo de renovación:</b></p> <p>La información presentada en la cartelera informativa se actualizará mensualmente según las necesidades de la institución.</p>

### Ficha Técnica

---

<p><b>Nombre:</b></p> <p>Cartelera informativa Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología.</p>	<p><b>Tipo de mensaje:</b></p> <p>Informativo.</p>	<p><b>Público objetivo:</b></p> <p>Personal docente, administrativo y dirección del establecimiento.</p>
--	--	--

*Fuente:* Autoría propia

*Nota:* En la Figura 8 se detallan las descripciones técnicas que conformarán los productos que cumplen con las acciones expuestas en la Tabla 15.

**Figura 9**

*Pizarra positiva y sugerencias*

## La pizarra positiva y sugerencias

**Información:**

Pieza de comunicación interna que permitirá mantener abiertas las líneas de comunicación entre directores y colaboradores, porque recogerá las ideas, opiniones, y sugerencias sobre las actividades desarrolladas dentro de la institución. Estas opiniones podrán depositarse en un buzón que estará junto a la pizarra positiva.

La pizarra positiva permitirá a los docentes y personal administrativo escribir mensajes positivos o de felicitación que podrán ser leídos por sus colegas y directores.

**Responsable:**

Secretaría y dirección se proponen como responsables de recoger y analizar las opiniones propuestas en el buzón de sugerencias.

**Material:**  
Pizarra acrílica con marco de madera.  
Buzón acrílico.

**Medidas:**  
Pizarra 60 por 80 cms.  
Buzón acrílico 21.5 por 20 cms.

**Diseño:**  
Pizarra rectangular - horizontal  
  
Buzón en forma de caja.

**Logística de uso:**

Se elaborará siguiendo las necesidades de la institución y se proveerá de manera impresa a *full color* en hojas tamaño carta en una carpeta corporativa, en donde también se almacenarán las sugerencias escritas en el formato brindado a la institución.

**Periodicidad de monitoreo:**

La pizarra positiva y buzón de sugerencias deberán de ser monitoreados cada quince días o cada mes, según lo disponga el centro educativo.

### Ficha Técnica

**Nombre:**

Pizarra positiva y buzón de sugerencias.

**Tipo de mensaje:**  
Informativo y emotivo.

**Público objetivo:**  
Personal docente, administrativo y dirección del establecimiento.

**Formato para captar las sugerencias**

Se elaborará en papel bond de 80 gramos, tamaño 7.6 por 10.2 cm y contendrá los siguientes campos:

- 1) Nombre (opcional).
- 2) Descripción de la sugerencia.
- 3) Identificación de la sugerencia: idea, petición o queja.

Se colocarán junto al buzón de sugerencias.

Fuente: Autoría propia

*Nota:* En la Figura 9 se detallan las descripciones técnicas que conformarán los productos que cumplen con las acciones expuestas en la Tabla 15.

**Figura 10**

*Promoción de los nuevos canales de comunicación*



Fuente: Autoría propia

*Nota:* En la Figura 10 se detallan las descripciones técnicas que conformarán los productos que cumplen con las acciones expuestas en la Tabla 15.



- 3) Estrategia número 3: diseño y creación de guía básica de inducción, funciones, procedimientos y documentación.

Tiene como fin elaborar una guía básica de inducción, para capacitar a los nuevos colaboradores sobre las funciones, responsabilidades y cargos a desempeñar en el área de trabajo asignada. Al mismo tiempo se persigue interiorizar en el trabajador la parte filosófica e institucional del establecimiento, por lo que se brindará una recopilación de los formatos a utilizar en los papeles de trabajo respectivos, que comprenda la línea gráfica definida para el Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología.

También se busca potencializar dentro de la institución el sentido de pertenencia, por lo que brindar una acogida de bienvenida a los nuevos trabajadores y de años anteriores permitirá mostrar el interés que tiene el centro educativo hacia el personal docente y administrativo. Al iniciar el ciclo escolar se propone entregar un paquete de bienvenida con elementos esenciales, que incluirá los documentos técnicos para la ejecución de las actividades docentes y de convivencia en la institución.

Para reforzar aún más el sentido de pertenencia de los colaboradores se realizará una convocatoria, para elegir la portada que identificará al manual de identidad corporativa y la guía de inducción, con el fin de mostrar que la opinión del personal docente y administrativo es importante para la institución.



**Tabla 16**

*Acciones de la estrategia comunicacional número 3*

**Objetivo general: Fortalecer la identidad corporativa y sentido de pertenencia de los colaboradores del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología.**

Objetivos específicos	Problemas asociados	Estrategia	Acciones	Producto
c) Establecer procedimientos de inducción para el manejo de la información y documentación interna del personal docente y administrativo interiorizando la cultura organizacional de la institución.	Falta de capacitación a los colaboradores.	Diseño y creación de guía básica de inducción, funciones, procedimientos y documentación.	Recopilación de la información para la inducción.	Guía básica de inducción, funciones, procedimientos y documentación.
	No se cuenta con manuales de inducción que recopilen las responsabilidades, forma de realizar los procesos y elaboración la documentación docente respectiva.		Desglose de las funciones y responsabilidades docentes.	
			Compilación de documentos académicos utilizados en el proceso educativo.	
			Selección de los elementos que conformarán el paquete de bienvenida que se les brindará a los colaboradores.	Paquete de bienvenida al ciclo escolar
			Diseño de portadas para el manual de identidad corporativa y guía de inducción.	Convocatoria para elegir la portada del manual de identidad corporativa y guía de inducción.
			Creación de formulario en <i>GoogleForms</i> para la elegir las portadas.	
			Promoción de la convocatoria para la elección de las portadas.	

*Fuente:* Autoría propia

*Nota:* En la Tabla 16 se detallan las acciones que responderán al tercer objetivo del plan comunicacional del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología.

**Figura 11**

*Guía básica de inducción, funciones, procedimientos y documentación*

## Guía básica de inducción, funciones, procedimientos y documentación

**Información:**

Es un documento técnico que recogerá los aspectos filosóficos y corporativos de la institución educativa. Contendrá los aspectos y reglas básicas para orientar al empleado, integrándolo a la cultura organizativa de la institución. Recopilará las funciones, procedimientos y documentos con los que debe cumplir el docente.

**Responsable:**

El órgano directivo y comisión de evaluación serán los encargados de velar por la entrega y cumplimiento de lo establecido en la guía básica de inducción.

### Ficha técnica

---

**Nombre:** Guía básica de inducción, funciones, procedimientos y documentación del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología.

**Tipo de mensaje:** Informativo.

**Público objetivo:** Nuevos colaboradores.

**Periodicidad:** Edición única, la cuál podrá ir teniendo modificaciones según las necesidades del establecimiento educativo.

**Formato**  
 Impreso: tamaño carta 21.59 por 27.94 cm, impreso en papel bond, *full color* a una cara, engargolado.  
 Digital: tamaño carta, PDF a color.

**Medio**  
 Impreso: 3 ejemplares, se distribuirán en el área de dirección, secretaria y comisión de evaluación, los cuáles podrán ser reproducidos posteriormente.  
 Digital: 20 ejemplares distribuidos a todo el personal docente, administrativo y directores.

**Índice de temas**

<ul style="list-style-type: none"> <li>1) Bienvenida.</li> <li>2) Historia de la empresa.</li> <li>3) Misión y visión.</li> <li>4) Organización.</li> <li>5) Servicios.</li> <li>6) Normas de comportamiento.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>7) Reglamento interno de trabajo.</li> <li>8) <b>Funciones:</b> Descripción básica del cargo, objetivo del cargo, funciones básicas, procedimientos y perfil del cargo.</li> <li>9) Formatos de la documentación docente requerida.</li> </ul>
--	---

*Fuente:* Autoría propia

*Nota:* En la Figura 11 se detallan las descripciones técnicas que conformarán los productos que cumplen con las acciones expuestas en la Tabla 16.

**Figura 12**

*Paquete de bienvenida*

<h1>Paquete de bienvenida</h1> 	
<b>Información:</b> <p>Tiene como propósito fidelizar a los empleados, creando sentido de pertenencia desde el primer momento que entra en contacto con la institución.</p>	<b>Responsable:</b> <p>El órgano directivo y comisión de cultura serán los encargados de velar por la entrega y elaboración de los elementos que conformarán el paquete de bienvenida.</p>
<h2>Ficha técnica</h2>	
<p><b>Nombre:</b> Paquete de bienvenida al ciclo escolar 2023, el nombre podrá tener modificaciones según el año en curso.</p>	
<p><b>Tipo de mensaje:</b> Fidelización y emotivo.</p>	
<p><b>Público objetivo:</b> Nuevos colaboradores y docentes que integrarán el ciclo escolar 2023.</p>	
<p><b>Periodicidad:</b> Anual, podrá incorporar modificaciones según las necesidades del establecimiento.</p>	
<p><b>Forma de uso:</b> Se entregará de forma individual a través de dirección para darle la bienvenida a los nuevos colaboradores y personal docente que integrarán el ciclo escolar 2023, el primer día de inicio de labores.</p>	
<b>Artículos del paquete de bienvenida</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>a) Tarjeta de bienvenida en papel bond 120 gramos a <i>full color</i>, tamaño 1/4 de carta.</li><li>b) Libreta pequeña a colores de 120 hojas con espiral y elástico con el logo del establecimiento.</li><li>c) Guía de inducción, funciones, procedimientos y documentación.</li><li>d) Almohadilla para pizarrón con el logo del establecimiento.</li><li>e) 1 juego de marcadores para pizarrón de 4 colores con el logo del establecimiento.</li></ul>
<p>Para efectos del plan comunicacional se hará entrega de un paquete de bienvenida como ejemplo de muestra para su posterior elaboración.</p>	

*Fuente:* Autoría propia

*Nota:* En la Figura 12 se detallan las descripciones técnicas que conformarán los productos que cumplen con las acciones expuestas en la Tabla 16.

**Figura 13**

**Convocatoria: vota por tu portada favorita**

# Convocatoria *vota por tu portada favorita*



**Información:**

Busca crear en los colaboradores de la institución sentido de pertenencia, por lo que a través de esta actividad se mostrará lo importante que es la participación del personal docente y administrativo en la toma de decisiones.

**Responsable:**

La estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado se encargará de elaborar las portadas, anuncio y formulario de *Google*.

La dirección del establecimiento deberá anunciar de forma verbal y digital los mensajes de invitación a participar.

## Aspectos técnicos

**Nombre:** Vota por tu portada favorita.

**Tipo de mensaje:** Fidelización y emotivo.

**Público objetivo:** Personal docente, administrativo y directores del establecimiento educativo.

**Edición:** Única

**Programas a utilizar:** *Adobe Photoshop, Adobe Ilustrador y Google Forms.*

**Ejecución:**

Los diseños de las portadas del manual de identidad corporativa y guía de inducción deberán ser previamente aprobadas por la dirección del establecimiento, por lo que antes de la votación se presentarán bocetos para su autorización.

Posteriormente dirección informará sobre la convocatoria a realizarse durante la primera semana de agosto del año en curso, el día de la votación se compartirá un mensaje motivador a través del grupo de *WhatsApp* de docentes y se adjuntará el enlace que los redigirá al formulario electrónico en donde podrán votar por su portada favorita.

Los resultados serán presentados a dirección para luego en la reunión de presentación del manual y guía de inducción develar las portadas ganadoras a los colaboradores

*Fuente:* Autoría propia

*Nota:* En la Figura 13 se detallan las descripciones técnicas que conformarán los productos que cumplen con las acciones expuestas en la Tabla 16.



## 2.6 Público objetivo

El plan comunicacional tiene como fin promover la identidad corporativa y sentido de pertenencia en el Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología, por lo que se centra en el personal administrativo y docente del nivel básico y diversificado de las jornadas de plan diario y fin de semana que laboran en la institución.

## 2.7 Mensaje clave

El plan comunicacional establecido para el Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología se centra en tres estrategias fundamentales que abarcan las áreas de: identidad corporativa, filosófica, sentido de pertenencia, nuevos canales de comunicación y estandarización de funciones, procesos y documentación. La estrategia contará con un mensaje clave que resumirá su razón de ser, siendo este: “Somos de lo bueno lo mejor, en la formación de profesionales.” Este mensaje corresponde al *slogan* de la institución.

**Tabla 17**

*Mensaje comunicacional de la estrategia*

Estrategias	Mensaje	Tono	Significado
1) Creación y promoción del manual de identidad corporativa del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología.  2) Implementación de piezas de comunicación interna en el Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología.  3) Diseño y creación de guía básica de inducción, funciones, procedimientos y documentación.	"Somos de lo bueno, lo mejor en la formación de profesionales"	Emotivo, fresco y promocional	El mensaje elegido para esta estrategia tiene como propósito afianzar la identidad y sentido de pertenencia con la institución, haciendo hincapié en el docente, como parte integral y dinámica del establecimiento educativo. Por eso busca resaltar en la mente de los colaboradores la importancia de conocer sus opiniones, sugerencias e ideas con el fin de mejorar.  Se necesita tomar en cuenta el punto de vista de los colaboradores para que se genere en ellos el sentido pertenencia y orgullo de laborar en el centro educativo. También es oportuno brindarles las condiciones necesarias que les permitan cumplir con sus funciones y responsabilidades.  Los productos establecidos para la ejecución de esta estrategia contendrán el mensaje impreso que es el <i>slogan</i> de la institución.

*Fuente:* Autoría propia

*Nota:* En la Tabla 17 se detalla el mensaje comunicacional que corresponde a la estrategia establecida para el plan.



## 2.8 Indicadores de las acciones

Las acciones y productos establecidos para la ejecución del plan comunicacional son de carácter cuantitativo y cualitativo, por eso los indicadores de las acciones serán de esa índole.

Aljure (2015) expone que los indicadores de las acciones representan el medio de cumplimiento de cada actividad estratégica durante la ejecución del plan.

**Tabla 18**

*Indicador de acciones: estrategia número 1*

Estrategia número 1: creación y promoción del manual de identidad corporativa del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología.		
Producto	Acciones	Indicador de las acciones
1) Manual de identidad corporativa del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología.	a) Digitalización del logotipo. b) Estandarización de colores corporativos. c) Selección de tipografía. d) Unificación gráfica de los diferentes canales de comunicación. e) Creación de etiqueta telefónica.	a) Hoja de autorización del logotipo digitalizado. b) Pruebas de color en soportes impresos y digitales. c) Crear una lista de fuentes a utilizar. d) Diseño de la línea gráfica definida. e) Lista de verificación que contenga los diferentes aspectos técnicos indispensables para la impresión del material corporativo. f) Impresión del manual de identidad corporativa y conversión en formato <i>PDF</i> para distribución digital.
2) Señalética de seguridad e identificación de la parte filosófica de la institución educativa.	a) Visibilidad de la parte filosófica y señalética de la institución educativa.	a) Mapa de las instalaciones o plano de ubicación en donde se colocará la señalética. b) Fotografías de los espacios identificados en el recinto educativo.
3) Reunión presencial para la entrega del manual de identidad corporativa y explicación de su uso y beneficios.	a) Promocionar, presentar y asesorar sobre el uso del manual de identidad corporativa.	a) Agenda de la actividad. b) Listado de asistencia. c) Recopilación de correos electrónicos para la distribución en formato digital del manual de identidad corporativa.

Fuente: Autoría propia



**Tabla 19**

*Indicador de acciones: estrategia número 2*

Estrategia número 2: implementación de piezas de comunicación interna en el Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología.		
Producto	Acciones	Indicador de las acciones
1) Cartelera informativa	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Elección del lugar de ubicación de la cartelera informativa.</li> <li>b) Seleccionar la información que se colgará.</li> <li>c) Delegar a la persona encargada de publicar y renovar la información.</li> <li>d) Diseño e implementación en el área especificada.</li> <li>e) Guía de uso de la cartelera informativa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Lista de verificación que contenga los diferentes aspectos técnicos indispensables para la colocación de la cartelera informativa.</li> <li>b) Archivo de los diferentes anuncios posteados en la cartelera informativa.</li> <li>c) Fotografías del producto utilizado.</li> <li>d) Impresión de la guía de uso de la cartelera informativa.</li> <li>e) Encuesta de opinión.</li> </ul>
2) Buzón de sugerencias y pizarra positiva.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Ubicación del buzón de sugerencias y pizarra positiva.</li> <li>b) Delegar a la persona encargada del mantenimiento del buzón de sugerencias.</li> <li>c) Diseño creativo del buzón de sugerencias.</li> <li>d) Guía de uso.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Lista de verificación que contenga los diferentes aspectos técnicos indispensables para la colocación y utilización de la pizarra positiva y sugerencias.</li> <li>b) Registro de los diferentes mensajes escritos en el pizarrón positivo y recopilación de las sugerencias depositadas en el buzón.</li> <li>c) Fotografías del producto utilizado.</li> <li>d) Impresión de la guía de uso de la cartelera informativa.</li> <li>e) Impresión del formato para captar las sugerencias, ideas u opiniones.</li> <li>f) Encuesta de opinión.</li> </ul>
3) Promoción de los nuevos canales de comunicación.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Diseño de mensajes estratégicos para promover el uso de los nuevos canales de comunicación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Captura de pantalla de los diferentes mensajes compartidos en <i>WhatsApp</i>.</li> <li>b) Total de imágenes y mensajes compartidos.</li> </ul>

Fuente: Autoría propia



**Tabla 20**

*Indicador de acciones: estrategia número 3*

Estrategia número 3: diseño y creación de guía básica de inducción, funciones, procedimientos y documentación.		
Producto	Acciones	Indicador de las acciones
1) Guía básica de inducción, funciones, procedimientos y documentación.	a) Recopilación de la información para la inducción. b) Desglose de las funciones y responsabilidades docentes. c) Compilación de documentos académicos utilizados en el proceso educativo.	a) Pruebas de color en soportes impresos y digitales. b) Crear una lista de fuentes a utilizar. c) Diseño de la línea gráfica definida. d) Lista de verificación que contenga los diferentes aspectos técnicos indispensables para la impresión de la guía básica de inducción. e) Impresión de la guía básica de inducción y conversión en formato <i>PDF</i> y <i>Word</i> para distribución digital. f) Recopilación de correos electrónicos para la distribución en formato digital de la guía de inducción. g) Hoja de autorización para su reproducción y distribución.
2) Paquete de bienvenida al ciclo escolar	a) Selección de los elementos que conformarán el paquete de bienvenida que se les brindara a los colaboradores.	a) Fotografías de los artículos promocionales que conformarán el paquete de bienvenida al ciclo escolar.
3) Convocatoria para elegir la portada del manual de identidad corporativa y guía de inducción.	a) Diseño de portadas para el manual de identidad corporativa y guía de inducción. b) Creación de formulario en <i>GoogleForms</i> para la votación de las portadas. c) Promoción de la convocatoria para la elección de las portadas.	a) Presentación a dirección de los bocetos de las 2 portadas del manual de identidad corporativa y guía de inducción. b) Respuesta de los formularios de votación de <i>GoogleForms</i> . c) Captura de pantalla de los mensajes compartidos.

Fuente: Autoría propia



## 2.9 Recurso humano

A continuación, se detallan las personas involucradas en la ejecución de la estrategia de comunicación interna implementada para el Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología.

**Tabla 21**  
*Recurso humano*

No.	Nombre	Cargo	Función
1	M.A. Luis Pedroza	Coordinador del Ejercicio Profesional Supervisado de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.	Programar y ejecutar las fases que integran el Ejercicio Profesional Supervisado de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Carlos de Guatemala.
2	M.A. Marvin Sarmientos	Asesor del Ejercicio Profesional Supervisado de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.	Acompañamiento clave en el desarrollo del trabajo de investigación, planificación y ejecución del Ejercicio Profesional Supervisado de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación.
3	Lic. Wilman Antonio Galindo	Director del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología.	Revisar y autorizar las estrategias utilizadas en el plan de comunicación.
4	Vielman Iván Pérez	Sub director del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología.	Brindar información técnica y administrativa del establecimiento educativo.
5	Alicia de Gómez	Secretaria del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología.	Proporcionar la documentación pertinente para la ejecución de la estrategia.
6	Personal docente	Maestros del área de básicos y diversificado de la jornada diaria y fin de semana.	Utilizar los canales de comunicación interna implementados en el establecimiento educativo.
7	Rosa Isabel Morales Macajola	Estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.  Diseñadora de multimedia.	Desarrollo del diagnóstico, estrategia y ejecución del plan comunicacional para el Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología.  Diseño, diagramación y montaje de las piezas gráficas institucionales.

Fuente: Autoría propia



## 2.10 Financiamiento y presupuesto

El financiamiento para el desarrollo de las estrategias comunicacionales será cubierto en su totalidad por Rosa Isabel Morales Macajola, estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado.

La situación de la pandemia ha llevado a la institución educativa a adaptarse a las necesidades de los padres de familia que sufragan las cuotas de colegiatura, por lo que no cuentan con fondos para invertir en la ejecución de la comunicación interna.

**Tabla 22**

*Financiamiento del plan comunicacional*

Financiamiento	Total
Rosa Isabel Morales Macajola estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado.	100%

*Fuente:* Autoría propia

*Nota:* Se pretende utilizar la parte orgánica de *WhatsApp* como medio de difusión de los mensajes comunicacionales, para promocionar las estrategias establecidas entre el personal docente y administrativo. Los diseños, diagramación y productos promocionales e institucionales serán elaborados por Rosa Isabel Morales Macajola, estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado.



**Tabla 23**

*Presupuesto del plan comunicacional*

Cantidad	Descripción	Costo unitario	Sub- total	Total
	<b>Manual de identidad corporativa</b>			Q 3,804.00
1	Diseño de manual de identidad corporativa y digitalización del logotipo	Q 1,500.00	Q 1,500.00	
3	Ejemplares impresos del manual de identidad corporativa en papel <i>bond</i> de 120 gramos a <i>full color</i> y engargolado	Q 768.00	Q 2,304.00	
	<b>Visibilidad de la parte filosófica y señalética de la institución</b>			Q 836.26
18	Porta acrílicos horizontales tamaño A4	Q 25.00	Q 450.00	
18	Rótulos impresos en papel <i>bond</i> de 120 gramos a <i>full color</i>	Q 5.50	Q 99.00	
10	Rótulos de ruta de evacuación	Q 7.95	Q 79.50	
1	Rótulo de punto de reunión	Q 24.95	Q 24.95	
1	Rótulo de ruta de salida de emergencia	Q 7.96	Q 7.96	
1	Rótulo de botiquín de primeros auxilios	Q 24.95	Q 24.95	
2	Rótulos flecha diagonal de evacuación	Q 27.50	Q 55.00	
1	Rollo de cinta doble cara de 5 metros	Q 94.90	Q 94.90	
	<b>Presentación del manual de identidad corporativa</b>			Q 208.25
17	Separadores	Q 2.25	Q 38.25	
17	Pachones de vidrio con funda	Q 10.00	Q 170.00	
	<b>Cartelera informativa, pizarra positiva y sugerencias</b>			Q 1,079.08
2	Cajas de alfileres <i>push</i>	Q 5.35	Q 10.70	
1	Pizarrón de corcho	Q 220.00	Q 220.00	
2	Archivadores tamaño carta	Q 20.50	Q 41.00	
1	Buzón de acrílico	Q 159.00	Q 159.00	
1	Pizarra de acrílico con marco de madera	Q 139.99	Q 139.99	
1	Libra de clavo con cabeza	Q 11.99	Q 11.99	
4	Marcadores para pizarrón de diferentes colores	Q 3.65	Q 14.60	
1	Ciento de hojas <i>bond</i> de 80 gramos tamaño carta	Q 9.30	Q 9.30	
25	Impresiones en papel <i>bond</i> 120 gramos a color	Q 5.90	Q 147.50	
1	Juego de cintillos en vinil <i>adhesivo</i>	Q 75.00	Q 75.00	
1	Diseño de los cintillos	Q 250.00	Q 250.00	
	<b>Promoción de los nuevos canales de comunicación</b>			Q 300.00
12	Diseños de mensajes estratégicos para compartir en <i>WhatsApp</i>	Q 25.00	Q 300.00	
	<b>Guía básica de inducción</b>			Q 1,755.00
1	Diseño de la guía básica de inducción	Q 750.00	Q 750.00	
3	Ejemplares impresos en papel <i>bond</i> de 120 gramos a <i>full color</i> y engargolado	Q 335.00	Q 1,005.00	
	<b>Paquete de bienvenida</b>			Q 35.20
1	Tarjeta de bienvenida impresa en papel <i>bond</i> de 120 gramos a <i>full color</i> tamaño media carta	Q 2.00	Q 2.00	
1	Libreta pequeña a colores con espiral de 120 hojas y elástico	Q 8.30	Q 8.30	
1	Almohadilla para pizarrón	Q 4.90	Q 4.90	
4	Marcadores para pizarrón de diferentes colores	Q 3.65	Q 14.60	
6	<i>Stickers</i> adhesivo blanco sizado	Q 0.90	Q 5.40	
	<b>Convocatoria vota por tu portada favorita</b>			Q 250.00
4	Diseños de portadas	Q 50.00	Q 200.00	
1	Diseño con enlace del formulario	Q 25.00	Q 25.00	
1	Diseño del formulario de votación	Q 25.00	Q 25.00	
	<b>Total</b>			<b>Q 8,267.79</b>

Fuente: Autoría propia

*Nota:* En la Tabla 23 se detalla el costo unitario y total de los artículos que deberán adquirirse para la ejecución de la estrategia comunicacional en el Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología.



## 2.11 Beneficiarios

Las personas que se beneficiarán de la ejecución del plan comunicacional son:

### 2.11.1 Primarios

Los beneficiarios primarios del plan comunicacional corresponden al área interna del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología, que incluye a los docentes del nivel básico y diversificado de las jornadas de plan diario y fin de semana, involucrando a los directores y personal administrativo, haciendo un total de 17 colaboradores.

El beneficio será directamente para la parte interna de la institución, porque la estrategia se enfoca en fortalecer la identidad corporativa y filosófica del establecimiento educativo creando sentido de pertenencia en sus colaboradores y estandarizando los procesos informativos.

### 2.11.2 Secundarios

En segunda instancia se beneficiarán del plan comunicacional los demás miembros de la comunidad educativa, siendo para el efecto los alumnos y padres de familia de básicos y diversificado de la jornada diurna y fin de semana. Se incluye también al público en general que reside en la aldea El Porvenir, del municipio de Villa Canales, que se encuentren interesados en formarse dentro de las instalaciones del establecimiento educativo.

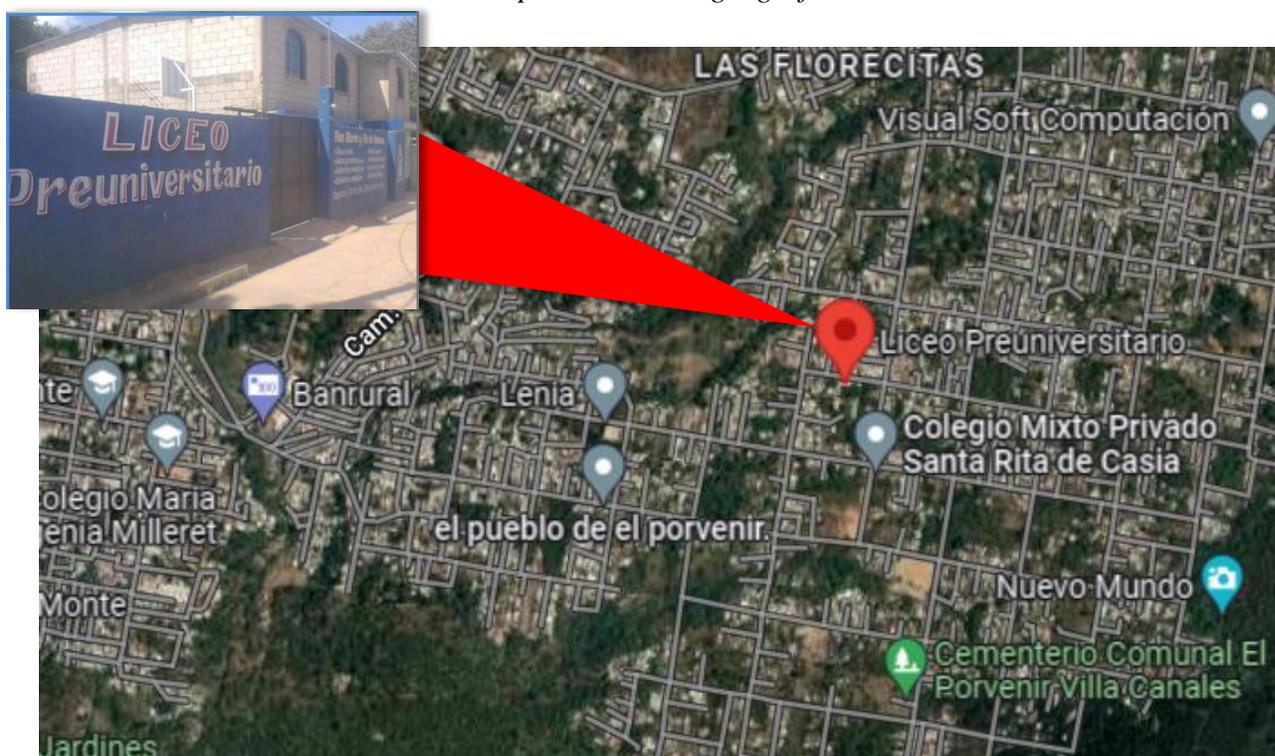
El informe del plan comunicacional al ser un documento público, estará disponible en la Biblioteca Central de la Universidad de San Carlos de Guatemala y Biblioteca Flavio Herrera de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, por lo que podrán beneficiarse de su contenido los estudiantes de dicha casa de estudios y de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación, así como también la población en general interesada en conocer sobre las estrategias comunicacionales generadas en centros educativos para fines académicos o profesionales.

## 2.12 Áreas geográficas de acción

El establecimiento educativo se encuentra ubicado en la 1ra. Avenida 1-41 zona 2, aldea El Porvenir, Villa Canales, por lo que el área geográfica de acción se remite a las instalaciones del recinto educativo, fungiendo como única sede, enfocándose en el personal docente y administrativo del nivel básico y diversificado de las jornadas de plan diario y fin de semana.

**Figura 14**

*Mapa - ubicación geográfica*



*Fuente: Google Maps*

## 2.13 Cuadro operativo de la estrategia

**Tabla 24**

*Cuadro operativo de la estrategia comunicacional*

Actividad o producto comunicacional	Objetivo específico	Presupuesto	Recurso humano	Área geográfica de impacto	Beneficiarios	Fecha de ejecución
Estrategia número 1	Manual de identidad corporativa del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología	Q 3,804.00	Diseñador de multimedia (estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado)	Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología	Personal docente, administrativo y directores	Tercera y cuarta semana del mes de mayo del 2022 Junio 2022 Julio 2022 Agosto 2022
	Plasmar en material acrílico la visión, misión de la institución y señalética del establecimiento	Q 836.26	Estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado	Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología	Comunidad educativa	Primeras dos semanas de julio 2022
	Reunión presencial para la entrega del manual de identidad corporativa y explicación de su uso y beneficios	Q 208.25	Estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado	Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología	Personal docente, administrativo y directores	Segunda semana de agosto 2022
Estrategia número 2	Cartelera informativa	Q 1,079.08	Estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado	Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología	Personal docente, administrativo y directores	Primeras dos semanas de julio 2022
	Buzón de sugerencias creativo	Q 1,079.08	Estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado	Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología	Personal docente, administrativo y directores	Primeras dos semanas de julio 2022
	Promoción de los nuevos canales de comunicación	Q 300.00	Diseñador de multimedia (estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado)	Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología	Personal docente, administrativo y directores	Julio y primera semana de agosto 2022
Estrategia número 3	Guía básica de inducción, funciones, procedimientos y documentación	Q 1,755.00	Diseñador de multimedia (estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado)	Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología	Personal docente, administrativo y directores	Junio y julio 2022
	Paquete de bienvenida al ciclo escolar	Q 35.20	Diseñador de multimedia (estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado)	Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología	Personal docente y administrativo	Cuarta semana de julio 2022
	Convocatoria para elegir la portada del manual de identidad corporativa y guía de inducción	Q 250.00	Diseñador de multimedia (estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado)	Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología	Personal docente, administrativo y directores	Primera y segunda semana de agosto 2022

Fuente: Autoría propia



## 2.14 Cronograma del plan de comunicación

**Tabla 25**

*Cronograma del plan comunicacional*

No.	Actividades	Semana a iniciar	Duración de la actividad en semanas	Mayo				Junio				Julio				Agosto			
				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Digitalización del logotipo.	3	1																
2	Estandarización de colores corporativos.	3	1																
3	Selección de tipografía.	3	1																
4	Unificación gráfica de los diferentes canales de comunicación.	3	1																
5	Creación de etiqueta telefónica.	3	1																
6	Diagramación, diseño y presentación de las secciones que integrarán el manual de identidad corporativa de la institución educativa.	4	12																
7	Plasmar en material acrílico la parte filosófica de la institución y señalización.	9	2																
8	Reunión presencial para la entrega del manual de identidad corporativa, explicación de usos y beneficios.	14	1																
9	Elección del lugar de ubicación de la cartelera informativa.	9	2																
10	Diseño e implementación de la cartelera informativa.	9	2																
11	Diseño de la guía de uso de la cartelera informativa.	9	2																
12	Ubicación del buzón de sugerencias positivo.	9	2																
13	Diseño creativo y colocación del buzón de sugerencias.	9	2																
14	Diseño de la guía de uso del buzón de sugerencias.	9	2																
15	Diseño de mensajes estratégicos para promover el uso de los nuevos canales de comunicación.	8	5																
16	Recopilación de la información para la inducción.	5	8																
17	Desglose de las funciones y responsabilidades docentes.	5	8																
18	Compilación de documentos académicos utilizados en el proceso educativo.	5	8																
19	Diseño y presentación de la guía básica de inducción, funciones y documentación.	9	5																
20	Selección de los elementos que conformarán el paquete de bienvenida que se les brindará a los colaboradores.	12	3																
21	Presentación a dirección para la aprobación del paquete de bienvenida.	12	3																
22	Diseño de portadas para el manual de identidad corporativa y guía de inducción.	12	1																
23	Creación de formulario en <i>GoogleForms</i> para elegir la portada favorita.	14	1																
24	Promoción de la convocatoria para la elección de las portadas.	14	2																

Fuente: Autoría propia

**Tabla 26**

*WhatsApp - Calendario editorial, nuevos canales de comunicación*

Calendario editorial - junio y julio 2022						
Semanas	Día	Tipo de contenido	Propósito	Formato	Descripción	Indicación de diseño
Semana 1	Lunes	Acción	Incentivar a utilizar los nuevos canales de comunicación	Foto	Se animará al personal docente y administrativo a utilizar los nuevos canales de comunicación recibiendo una pequeña sorpresa el docente más creativo.	Imagen, texto, logo del establecimiento educativo y mensaje clave.
	Miércoles	Personalizado	Aumentar el sentido de pertenencia	Frase	Se preguntará a cada maestro del nivel de básicos y diversificado una frase que haya impactado en su labor docente, se les solicitará que la escriban para luego ser publicada.	Lettering o caligrafía.
	Viernes	Emotivo	Branding	Ilustración	Mostrará el interés que posee el establecimiento educativo hacia sus colaboradores.	Dibujo, texto, logo del establecimiento educativo y mensaje clave.
Semana 2	Lunes	Acción	Incentivar a utilizar los nuevos canales de comunicación	Foto	Se animará al personal docente y administrativo a utilizar los nuevos canales de comunicación recibiendo una pequeña sorpresa el docente más creativo.	Imagen, texto, logo del establecimiento educativo y mensaje clave.
	Miércoles	Personalizado	Aumentar el sentido de pertenencia	Frase	Se preguntará a cada maestro del nivel de básicos y diversificado una frase que haya impactado en su labor docente, se les solicitará que la escriban para luego ser publicada.	Lettering o caligrafía.
	Viernes	Emotivo	Branding	Ilustración	Mostrará el interés que posee el establecimiento educativo hacia sus colaboradores.	Dibujo, texto, logo del establecimiento educativo y mensaje clave.
Semana 3	Lunes	Acción	Incentivar a utilizar los nuevos canales de comunicación	Foto	Se animará al personal docente y administrativo a utilizar los nuevos canales de comunicación recibiendo una pequeña sorpresa el docente más creativo.	Imagen, texto, logo del establecimiento educativo y mensaje clave.
	Miércoles	Personalizado	Aumentar el sentido de pertenencia	Frase	Se preguntará a cada maestro del nivel de básicos y diversificado una frase que haya impactado en su labor docente, se les solicitará que la escriban para luego ser publicada.	Lettering o caligrafía.
	Viernes	Emotivo	Branding	Ilustración	Mostrará el interés que posee el establecimiento educativo hacia sus colaboradores.	Dibujo, texto, logo del establecimiento educativo y mensaje clave.
Semana 4	Lunes	Acción	Incentivar a utilizar los nuevos canales de comunicación	Foto	Se animará al personal docente y administrativo a utilizar los nuevos canales de comunicación recibiendo una pequeña sorpresa el docente más creativo.	Imagen, texto, logo del establecimiento educativo y mensaje clave.
	Miércoles	Personalizado	Aumentar el sentido de pertenencia	Frase	Se preguntará a cada maestro del nivel de básicos y diversificado una frase que haya impactado en su labor docente, se les solicitará que la escriban para luego ser publicada.	Lettering o caligrafía.
	Viernes	Emotivo	Branding	Ilustración	Mostrará el interés que posee el establecimiento educativo hacia sus colaboradores.	Dibujo, texto, logo del establecimiento educativo y mensaje clave.

Fuente: Autoría propia



## Capítulo 3

### 3. Informe de ejecución

Charan y Bossidy (citado por Codina, 2010) consideran que la ejecución se conforma de 3 elementos: las personas, la estrategia y las operaciones. Tomando en cuenta lo que exponen estos autores, durante los meses de mayo, junio, julio y agosto se trabajó en el Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología, el plan estratégico de comunicación interna, previsto para implementar la identidad visual y corporativa de la institución, se operativizó de forma activa cada uno de los objetivos previstos.

Pensando en las necesidades de la institución, fue viable unificar la propuesta del manual de identidad corporativa con la guía básica de inducción, funciones, procedimientos y documentación, dando origen al manual de procedimientos de identidad corporativa, que integra los aspectos filosóficos, corporativos, gráficos, visuales y procedimentales, que ayudará al personal docente y administrativo a familiarizarse aún más con la institución.

A continuación, se detallan las acciones ejecutadas que permitirán cumplir con los objetivos comunicacionales.

#### 3.1 Ejecución 1: creación y promoción del manual de procedimientos de identidad corporativa del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología

Las actividades realizadas durante la estrategia fueron:

1. Creación del manual de procedimientos de identidad corporativa.
2. Visibilidad de la parte filosófica de la institución.
3. Reunión de presentación del manual de procedimientos de identidad corporativa.



### 3.1.1 Manual de procedimientos de identidad corporativa

La actividad que se realizó, consistió en recolectar la información filosófica de la institución, que permita al personal docente y administrativo conocer el rol de sus funciones y el papel dentro del establecimiento educativo, también se compilaron los diferentes documentos académicos utilizados en el proceso docente y educativo, para lo cual, se consultó el Proyecto Educativo Institucional (P.E.I). Posteriormente se diagramó el manual de identidad corporativa.

Se definió la línea gráfica que identificará a la institución en los diferentes soportes que utiliza, para transmitir y comunicar información a los colaboradores, creando así la homogeneidad gráfica y visual de la identidad corporativa de la institución.

El contenido del manual es el siguiente:

1. Bienvenida
2. Filosofía educativa
3. Herramientas de comunicación interna
4. La marca: presentación y descripción
5. El color
6. Medidas de seguridad
7. Colores institucionales
8. Tipografía
9. Aplicaciones del logotipo
10. Eventos: aplicación del logotipo
11. Usos en soportes digitales



## 12. Etiqueta telefónica

## 13. Formatos: documentación docente

### a. Objetivo

Establecer un manual de procedimientos de identidad corporativa para el manejo de la información y documentación interna del personal docente y administrativo, interiorizando la cultura organizacional de la institución.

### b. Medio utilizado

Para la vectorización del logotipo, creación de los colores institucionales, definición de la tipografía corporativa, delimitación de la papelería y documentos de procedimientos, se utilizaron los programas de *Adobe Photoshop* y *Adobe Ilustrador*.

El logotipo en su constitución está integrado por imágenes, las cuales fueron vectorizadas, creando así una versión en monocromo del logotipo, apto para reproducirse en diferentes soportes, como bordados de uniformes, promocionales e inclusive en los encabezados para la reproducción de evaluaciones, circulares y cartas oficiales. La diagramación de la información concerniente a la identidad corporativa se realizó en *Adobe Ilustrador*, en donde se maquetó la información.

De manera impresa se presentaron 3 ejemplares a la institución, y de forma digital se socializó el documento entre los colaboradores, enviándoseles de manera personalizada a través del correo electrónico.

El manual de procedimientos de identidad corporativa fue impreso a full color en papel *bond* de 120 gramos en blanco, para la portada y contraportada se utilizó papel fotográfico tamaño carta, engargolado de plástico color negro, con tapa transparente, contando con un total de 86 páginas.



### c. Presupuesto utilizado

**Tabla 27**

*Presupuesto: manual de procedimientos de identidad corporativa*

Cantidad	Descripción	Costo unitario	Sub- total	Total
	<b>Manual de procedimientos de identidad corporativa</b>			Q 357.00
1	Diseño de manual de procedimientos de identidad corporativa y digitalización del logotipo (elaborado por la estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado).	Sin costo	Sin costo	
3	Ejemplares impresos del manual de procedimientos de identidad corporativa en papel <i>bond</i> de 120 gramos a <i>full color</i>	Q 100.00	Q 300.00	
3	Engargolados de plástico color negro con tapa transparente	Q 19.00	Q 57.00	

*Fuente:* Autoría propia

*Nota:* En la Tabla 27, se detalla el costo del manual de procedimientos de identidad corporativa en lo relacionado a la impresión y engargolado. El diseño fue elaborado por la estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado, por lo que no se le asignó ningún costo.

### d. Resultados obtenidos

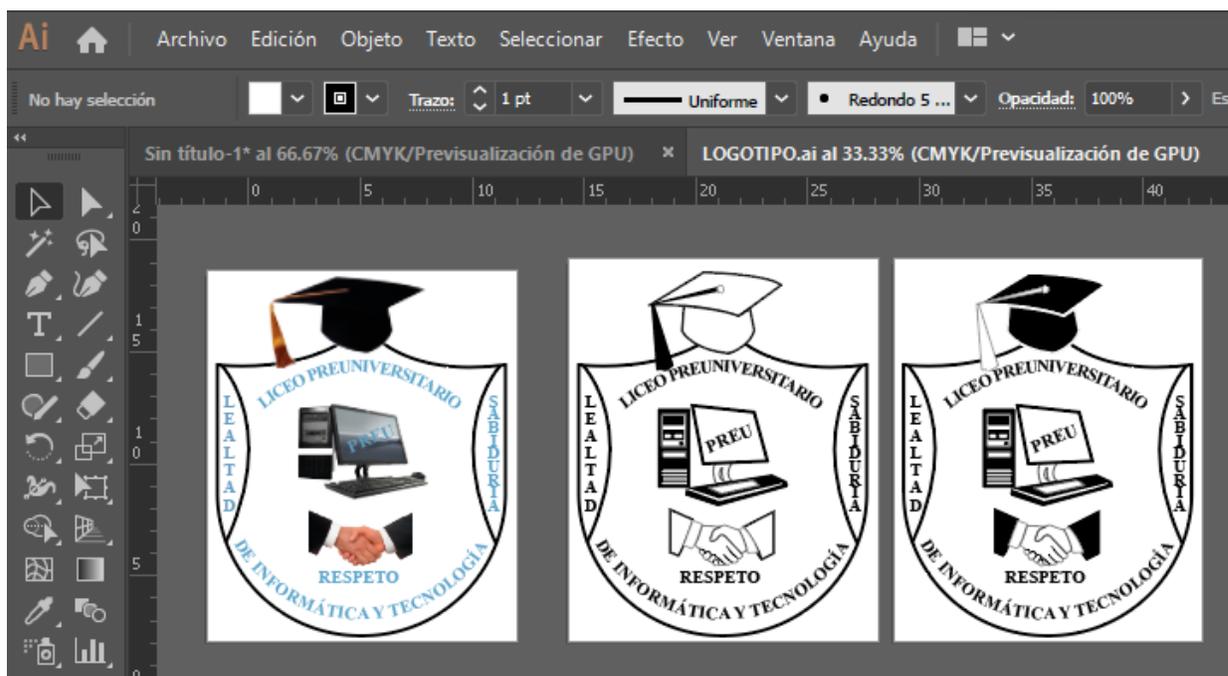
El manual de procedimientos de identidad corporativa sienta las bases para la comunicación visual del establecimiento educativo, brindando las pautas para el correcto uso del logotipo en diferentes soportes impresos. En la actualidad el centro educativo está incursionando en la impresión de carpetas, cuadernos y *stickers* personalizados, por lo que la digitalización del logotipo brinda la oportunidad de afianzar en la comunidad los diferentes elementos que lo integran.

Además, aporta al personal docente la información de procedimientos oportuna para la realización y desempeño de las funciones respectivas, contando con un flujo de información acertado.

## e. Evidencia del material

**Figura 15**

*Vectorización del logotipo*



Fuente: Autoría propia

*Nota:* El logotipo en su construcción contiene imágenes, las cuales debieron convertirse a trazos, redibujándose, tal como se observa en la Figura 15. Se establecieron los colores institucionales en función de los objetivos del establecimiento educativo. El logotipo en monocromo puede ser utilizado en diferentes soportes impresos, como uniformes con bordados o diferentes promocionales.

**Tabla 28**

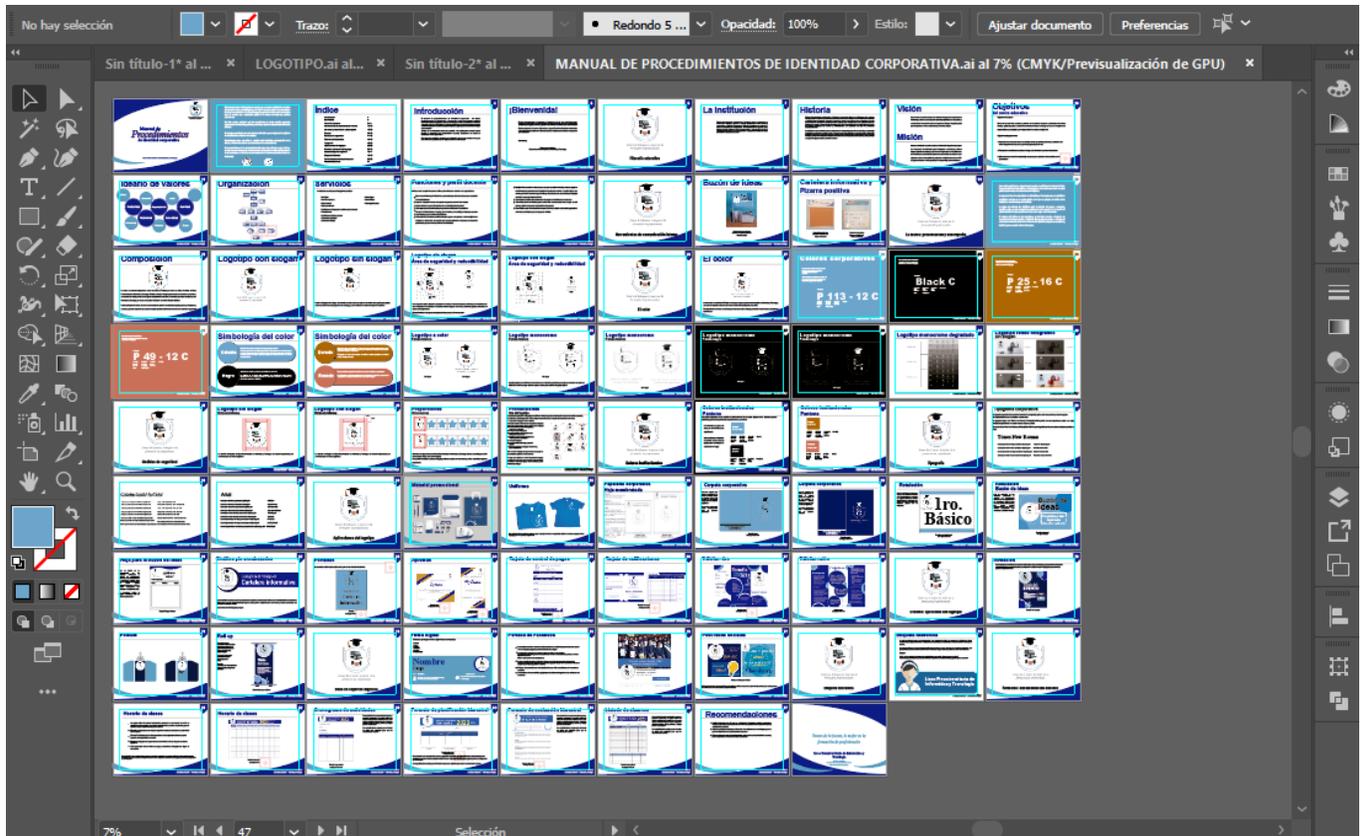
*Ficha técnica: vectorización del logotipo*

Ficha técnica de vectorización del logotipo	
<b>Institución:</b>	Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología
<b>Fecha de elaboración:</b>	Mayo - junio 2022
Especificaciones técnicas	
<b>Dimensiones:</b>	Ancho 13.82 por Altura 17.17 centímetros
<b>Tipografía:</b>	Times New Roman Bold - 22 puntos
<b>Color:</b>	
 Pantone P 113 - 12 C  C 64% M 22% Y 11% K 0% R 126 G 164 B 201 H 208° S 37% B 78% Hex #7EA4C9	 Pantone P 25 - 16 C  C 24% M 64% Y 100% K 16% R 156 G 103 B 24 H 56° S 84% B 61% Hex #9C6716
 Pantone Black C  C 100% M 100% Y 100% K 100% R 0 G 0 B 0 H 208° S 37% B 0% Hex #000000	 Pantone P 49 - 12 C  C 16% M 69% Y 64% K 5% R 155 G 102 B 13 H 14° S 50% B 71% Hex #B7705A
<b>Ancho de contorno:</b>	Trazo 3 puntos
<b>Formatos disponibles:</b>	Adobe ilustrador editable Adobe PDF JPG PNG
Vo.Bo. _____	Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología

Fuente: Autoría propia

**Figura 16**

*Diagramación: manual de procedimientos de identidad corporativa*



Fuente: Autoría propia



**Tabla 29**

*Ficha técnica: manual de procedimientos de identidad corporativa*

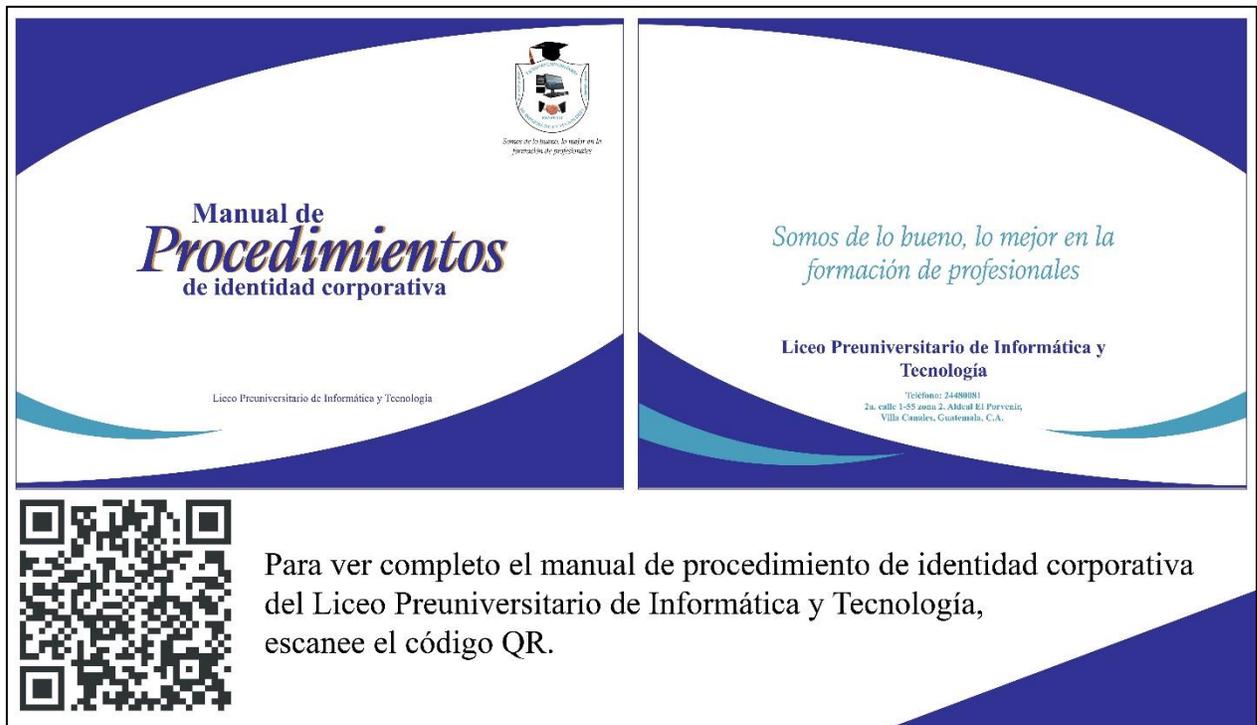
<b>Ficha técnica: manual de procedimientos de identidad corporativa</b>	
<b>Institución:</b>	Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología
<b>Fecha de elaboración:</b>	Mayo - agosto 2022
<b>Especificaciones técnicas</b>	
<b>Dimensiones:</b>	Carta. 21.59 cms por 27.94 cms.
<b>Orientación:</b>	Horizontal
<b>Formato:</b>	<i>Windows</i>
<b>Programas y versiones:</b>	<i>Adobe Photoshop 2019</i> <i>Adobe Ilustrador 2019</i>
<b>Nombre del archivo</b>	Manual de procedimientos de identidad corporativa
<b>Número de páginas:</b>	Manual 86 páginas
<b>Portada:</b>	Sí
<b>Contraportada:</b>	Sí
<b>Engargolado:</b>	Sí
<b>Tapa transparente:</b>	Sí
<b>Impresión <i>full color</i></b>	Sí
<b>Impresión tiro:</b>	Sí
<b>Impresión retiro:</b>	No
<b>Material de impresión:</b>	Papel <i>bond</i> de 120 gramos Papel fotográfico
<b>Impresión sin bordes:</b>	Sí
<b>Entrega:</b>	Rosa Isabel Morales Macajola (estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado).
<b>Recibe:</b>	

Vo.Bo. \_\_\_\_\_  
Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología

Fuente: Autoría propia

**Figura 17**

*Manual de procedimientos de identidad corporativa*



Fuente: Autoría propia

**Figura 18**

*Manual de procedimientos de identidad corporativa-impreso y formato PDF*



Fuente: Autoría propia



### 3.1.2 Visibilidad de la parte filosófica de la institución

La actividad tuvo como fin visibilizar la misión y visión del liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología, con el propósito de interiorizar la cultura organizacional de la institución. Aunque el establecimiento tiene definida su área filosófica, no existía promoción de la misma hacia el personal docente y administrativo, por lo que fue necesario darla a conocer, siguiendo la línea gráfica establecida en el manual de procedimientos de identidad corporativa.

#### a. Objetivo

Interiorizar la cultura organizacional del establecimiento educativo en el personal docente y administrativo.

#### b. Medio utilizado

Se plasmo en material acrílico la misión y visión de la institución, además se señalaron las áreas comunes del establecimiento educativo en material PVC. Utilizando los colores y tipografía especificados en el manual de procedimientos de identidad corporativa.

Los letreros de salones de clases y áreas comunes se diseñaron en *Adobe Ilustrador*.

Los materiales utilizados fueron:

1. Porta acrílico horizontal, tamaño A4.
2. Medida: 30cms por 23.5cms.
3. Hojas *bond* en blanco tamaño carta.
4. Letreros de señalización en material PVC y metal, colores azul y verde según las disposiciones de seguridad.
5. *Mounting tape*.



### c. Presupuesto utilizado

**Tabla 30**

*Presupuesto: visibilidad de la parte filosófica de la institución*

Cantidad	Descripción	Costo unitario	Sub- total	Total
	<b>Visibilidad de la parte filosófica v señalética de la institución</b>			Q 946.59
14	Porta acrílicos horizontales tamaño A4	Q 25.00	Q 350.00	
	Diseño rótulos de identificación de salones de clases y áreas comunes	Sin costo	Sin costo	
14	Rótulos impresos en papel <i>bond</i> de 120 gramos a <i>full color</i>	Q 2.00	Q 28.00	
1	Rótulo primeros auxilios 25.4 X 35.6 cms	Q 59.99	Q 59.99	
8	Rótulos ruta de evacuación izquierda 6 pulgadas por 7 pulgadas	Q 16.99	Q 135.92	
1	Rótulo salida de emergencia puerta derecha	Q 27.99	Q 27.99	
3	Rótulos damas 6 pulgadas por 9 pulgadas	Q 37.99	Q 113.97	
3	Rótulos caballeros 6 pulgadas por 9 pulgadas	Q 19.99	Q 59.97	
24	Clavos concreto de 1 pulgada	Q 6.49	Q 155.76	
1	<i>Mounting tape</i> 3/4"X5 yardas	Q 14.99	Q 14.99	

*Fuente:* Autoría propia

*Nota:* En la Tabla 30, se detalla el costo de la visibilidad de la parte filosófica y señalética de la institución. El diseño de los identificadores de salones de clases y áreas comunes fue elaborado por la estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado, por lo que no se le asignó ningún costo.

### d. Resultados obtenidos

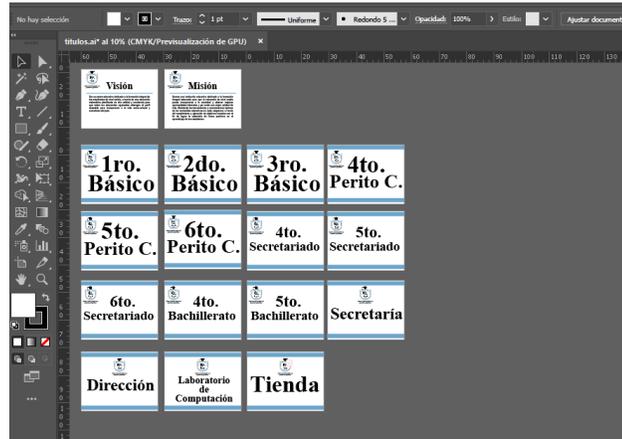
A través de la visibilidad de la misión, visión e identificación de salones de clases, áreas comunes y señalética de seguridad, se da la oportunidad al personal docente y administrativo de conocer el propósito de ser de la institución en la que laboran, de esa forma se interioriza la cultura organizacional. Además, se establece la armonía visual y se promueve la filosofía corporativa.

La visión y misión se colocó en un lugar accesible para todo el personal docente y administrativo en el área de secretaría y dirección, lugar establecido por la dirección del establecimiento. Los letreros de identificación, se ubicaron en la parte exterior de cada salón de clases y para la señalización de seguridad, se tomó en cuenta los lineamientos de la institución según el plan de riesgo disponible. Todo esto con el propósito de que fuera visible para toda la comunidad educativa y beneficiarse de su contenido.

e. Evidencia del material

**Figura 19**

*Diseño: filosofía corporativa -señalización de salones de clases y áreas comunes*



Fuente: Autoría propia

**Figura 20**

*Visibilidad: misión y visión*



Fuente: Autoría propia

**Figura 21**

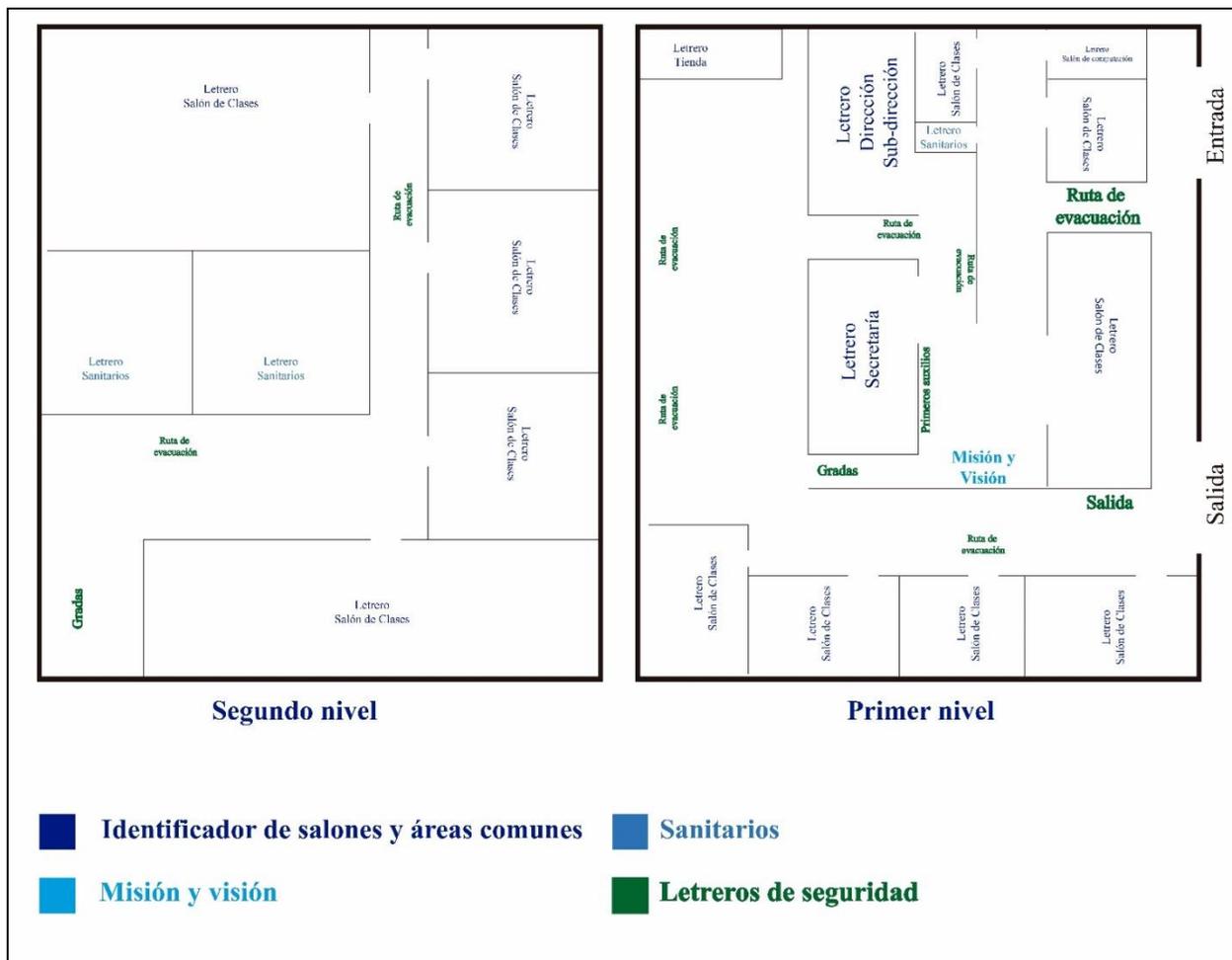
*Señalización: salones de clases/letreros de seguridad*



*Fuente: Autoría propia*

**Figura 22**

*Mapa de ubicación: señalización de salones de clases, áreas comunes, letreros de seguridad, misión y visión*



*Fuente:* Autoría propia

*Nota:* La señalización de salones de clases, áreas comunes, letreros de seguridad, misión y visión corporativa, se ubicaron, siguiendo las especificaciones brindadas por la dirección del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología.

**Tabla 31**

*Ficha técnica: visibilidad de la parte filosófica*

Ficha técnica: visibilidad de la parte filosófica			
<b>Institución:</b>	Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología		
<b>Fecha de elaboración:</b>	Junio - agosto 2022		
Cantidad	Descripción	Producto	Recibido
16	Porta acrílico horizontal para pared. Tamaño A4.		Sí
14	Identificadores de salones y áreas de clase. Tamaño carta, impresión <i>full color</i> .		Sí
2	Letreros de Misión y visión.		Sí
1	Rótulo primeros auxilios. Tamaño de 25.4 cm por 35.6 Material plástico. Color blanco y verde.		Sí
8	Rótulo ruta de evacuación, izquierda. Tamaño mediano. Dimensiones 6 por 7 pulgadas. Color blanco y verde.		Sí
1	Rótulo salida de emergencia puerta derecha. Tamaño mediano. Color blanco y verde.		Sí
3	Rótulo damas. Tamaño mediano. Dimensiones 6 por 9 pulgadas. Color azul y blanco.		Sí
3	Rótulo caballeros. Tamaño mediano. Dimensiones 6 por 9 pulgadas. Color azul y blanco.		Sí
Material de anclaje: <i>mounting tape</i> y clavos de acero.			Sí
<b>Entrega:</b>	Rosa Isabel Morales Macajola (estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado).		
<b>Recibe:</b>			
<p><b>Vo.Bo.</b> _____</p> <p><b>Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología</b></p>			

Fuente: Autoría propia



### 3.1.3 Reunión de presentación: manual de procedimientos de identidad corporativa

A través de una reunión presencial se dio a conocer el manual de procedimientos de identidad corporativa de la institución, en donde se explicó la importancia del manual como parte integral de los procesos comunicacionales, sentando las bases de la comunicación visual, identidad corporativa y procedimientos docentes.

#### a. Objetivo

Interiorizar la cultura organizacional del establecimiento educativo en el personal docente y administrativo.

#### b. Medio utilizado

La reunión se realizó de manera presencial en las instalaciones del establecimiento educativo, el domingo 14 de agosto a partir de las 11:00 de la mañana, por lo que se utilizaron los siguientes materiales:

1. Invitación para asistir a la actividad.
2. *Banner* de presentación.
3. *Display banner* tipo X con base ajustable. Medidas de 60cms por 160cms.
4. Bifoliar informativo.
5. Botella de agua promocional.
6. Computadora portátil y cañonera, esta última fue provista por el establecimiento educativo.
7. Listado de asistencia.
8. Encuesta de opinión.



### c. Presupuesto utilizado

**Tabla 32**

*Presupuesto: reunión de presentación del manual de procedimientos de identidad corporativa*

Cantidad	Descripción	Costo unitario	Sub- total	Total
	<b>Presentación del manual de identidad corporativa</b>			Q 403.82
	Diseño de invitación para asistir a la actividad, banner de presentación, biñólar, listado de asistencia y encuesta de opinión (realizado por la estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado).	Sin costo	Sin costo	
	Impresión listado de asistencia, encuesta de opinión y bifoliar (realizado por la estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado)	Sin costo	Sin costo	
1	Impresión, banner de presentación	Q 75.00	Q 75.00	
1	Display banner tipo X con base ajustable	Q 49.00	Q 49.00	
18	Botellas de vidrio	Q 9.99	Q 179.82	
1	Stickers adhesivo transparente sizado	Q 100.00	Q 100.00	

*Fuente:* Autoría propia

*Nota:* En la Tabla 32, se detalla el costo de lo que se utilizó para la reunión de presentación del manual de procedimientos de identidad corporativa. El diseño de la invitación para asistir a la actividad, el *banner* de presentación, bifoliar informativo, listado de asistencia y encuesta de opinión, fue elaborado por la estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado, por lo que no se le asignó ningún costo.

### d. Resultados obtenidos

Durante la reunión de presentación se dio a conocer la importancia del manual de procedimientos de identidad corporativa, como herramienta de comunicación interna dentro de la institución, y se hizo hincapié en la utilización de la misma dentro de las actividades laborales diarias.

Se interactuó con el personal docente y administrativo que asistió, con el fin de interiorizar la identidad corporativa, creando así un apego con la institución y mostrando la importancia que tienen para la misma. Al finalizar la reunión se realizó una encuesta sobre los aspectos analizados, los resultados obtenidos se detallan a continuación:

**Tabla 33**

*Resumen de encuesta: presentación manual de procedimientos de identidad corporativa y filosofía educativa*

Datos Generales	Área de Trabajo	Docente de Ciencias Naturales	Docente de Computación	Docente de Sociales	Docente de Contabilidad	Docente de Inglés	Docente de Matemática	Docente de Música	Sub-dirección	Dirección
	Tiempo de laborar en la institución	11 años	2 años	1 año	8 años	8 años	15 años	1 año	14 años	15 años
Manual de procedimientos de identidad corporativa y filosofía corporativa	¿Considera que el manual de procedimientos de identidad corporativa del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología le proporciona la información institucional oportuna y le brinda los datos que le permitan cumplir con sus funciones?	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
	¿Cree que el manual de procedimientos de identidad corporativa expone los objetivos del establecimiento educativo de forma clara?	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
	¿Conoce ahora la filosofía educativa del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología?	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
	¿Diría usted que el manual de procedimientos de identidad corporativa del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología expresa la filosofía e identidad gráfica de la institución?	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
	¿Ha visto publicado recientemente la visión y misión de la institución?	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
	¿Conoce la visión y misión de la institución?	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí
	¿Conoce y se identifica con los valores institucionales del establecimiento?	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
	¿Qué hará para compartir el nuevo slogan con sus estudiantes?	Implementarlo en los documentos que comparto con los alumnos.	Estudiarlo y compartirlo con ellos.	Una lluvia, elaboración de cartelería.	Por medio de los documentos, y la tarjeta de calificaciones.	Sin respuesta	Decírselo ocasionalmente en el transcurso de las clases.	Difundir actividades donde involucremos parte del eslogan y el manual de procedimientos.	Socializarlo a través de los diferentes medios digitales.	Duró a conocer por medio de las redes sociales y personal.
	¿Conoce cuáles son los colores institucionales que identifican al Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología?	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
	¿Se encuentra satisfecho con las nuevas herramientas de comunicación que posee el establecimiento?	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
¿Qué le gustaría agregar al manual de procedimientos de identidad corporativa?	Sin respuesta	Todo está muy explicado.	Nada, considero que está bien redactado y su emblemática acorde a la institución.	Proceso para solicitar permiso para alguna actividad. Permiso para alumnos por alguna situación.	Sin respuesta	Tal vez la fecha en que empezó a impartir clases.	La verdad que todo está muy bien.	Nada, por el momento lo veo completo.	Sin respuesta	

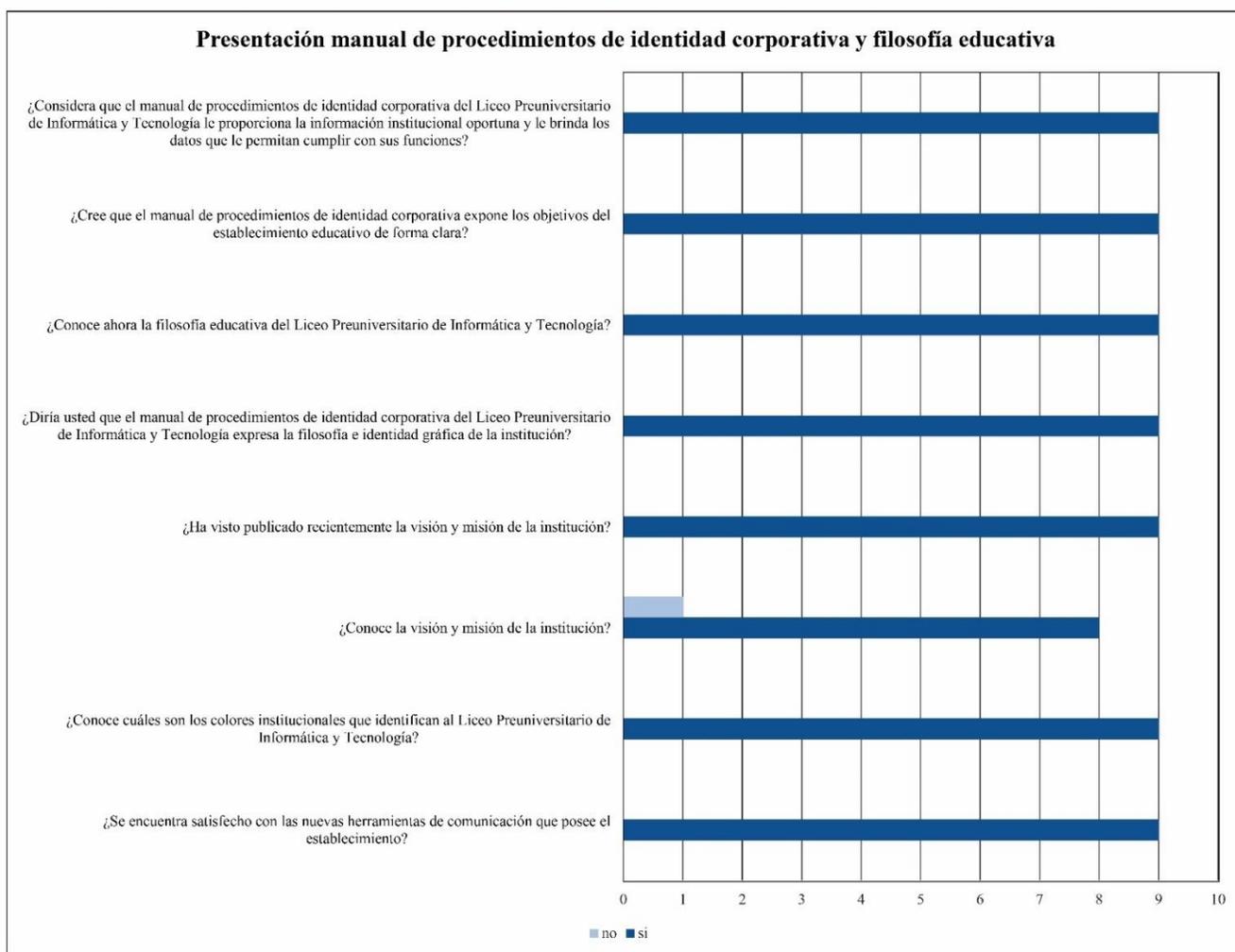
Fuente: Autoría propia

**Interpretación:** Como se observa en la Tabla 33, tanto el personal docente y dirección concuerdan en que conocen la parte filosófica, que integra al establecimiento educativo y todos en su mayoría manifestaron el deseo de realizar diversas acciones con el fin de socializarla con toda la comunidad educativa. También indicaron nuevas temáticas por incluir en el manual de procedimientos, como una herramienta activa de comunicación.

Después de una serie de actividades estratégicas se deja ver, que lo que en el diagnóstico resultó ser un vacío de información en la institución, ahora es un proceso activo de identidad.

**Figura 23**

*Encuesta de opinión: manual de procedimientos de identidad corporativa y filosofía educativa*



*Fuente:* Autoría propia

*Interpretación:* Como se observa en la gráfica de barras, casi la totalidad del personal docente conoce y se identifica con los conceptos contenidos en el manual de procedimientos de identidad corporativa, que describe al Liceo Preuniversitario de informática y Tecnología.



## e. Evidencia del material

**Tabla 34**

*Agenda: reunión de presentación y explicación, manual de procedimientos de identidad corporativa*

<b>Reunión de presentación Manual de procedimientos de identidad corporativa</b>	
<b>Fecha:</b>	Domingo 14 de agosto del 2022
<b>Hora:</b>	11:00 de la mañana
<b>Responsable:</b>	Rosa Isabel Morales Macajola Estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado
<b>Actividades</b>	
1. Bienvenida.	
2. Entrega de bifoliar y botella promocional con el logotipo del establecimiento educativo.	
3. Presentación de la actividad.	
4. Explicación sobre la importancia de la identidad institucional en el Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología.	
5. Presentación y explicación sobre el uso del manual de procedimientos de identidad corporativa del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología.	
6. Actividad: promoción del uso del buzón de ideas.	
7. Entrega de encuesta de opinión.	
8. Entrega oficial del manual de procedimientos de identidad corporativa al director del establecimiento educativo, el licenciado Wilman Antonio Galindo.	
9. Entrega del manual de procedimientos de identidad corporativa de forma virtual al personal docente y administrativo.	
10. Palabras de agradecimiento y despedida.	

*Fuente:* Autoría propia

*Nota:* La reunión de presentación del manual de procedimientos de identidad corporativa, se realizó en las instalaciones del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología, contando con la participación del personal docente, director y sub-director.

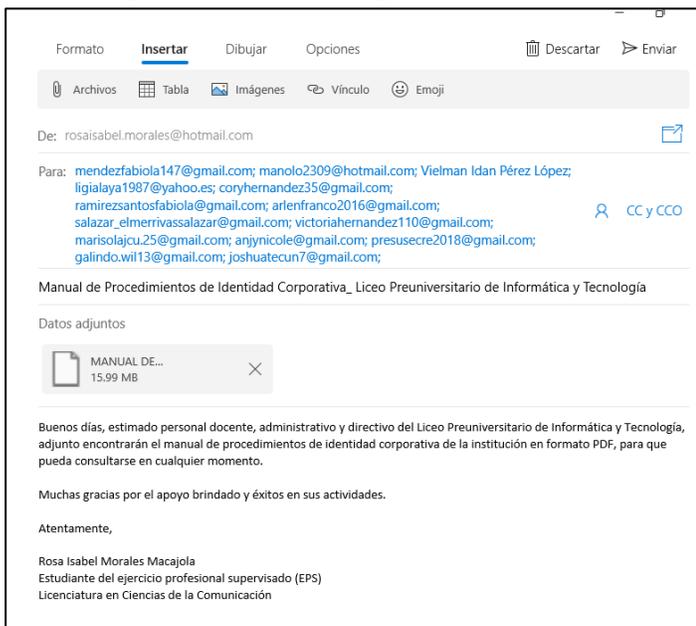
**Figura 24**

*Listado de asistencia: reunión de presentación del manual de procedimientos de identidad corporativa*

Fuente: Autoría propia

**Figura 25**

*Distribución en formato digital del manual de procedimientos de identidad corporativa*



Fuente: Autoría propia



**Figura 26**

*Invitación para asistir a la reunión de presentación del manual de procedimientos de identidad corporativa*

**LICEO PREUNIVERSITARIO DE INFORMÁTICA Y TECNOLOGÍA**  
RESPETO

*Somos de lo bueno, lo mejor en la formación de profesionales*

# Estimado Colaborador

Queremos invitarte a participar en la reunión de presentación de nuestras herramientas de comunicación.

Te esperamos en las instalaciones del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología.

**Fecha**  
Domingo 14 de agosto

**Hora**  
A partir de las 11:00 A.M.

**¡Muchas gracias por asistir!**

Universidad del Pacífico  
Comunicación creando futuro

Fuente: Autoría propia

## Figura 27

### Reporte fotográfico de la reunión de presentación del manual de procedimientos de identidad corporativa

**Reporte fotográfico: reunión de presentación del manual de procedimientos de identidad corporativa**

**Lugar:** Instalaciones del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología.  
**Fecha:** Domingo 14 de agosto del 2022  
**Hora:** 11:00 de la mañana.  
**Responsable:** Rosa Isabel Morales Macajola (estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado).

**Elementos utilizados**





Para la realización de la reunión se utilizó: **banner** impreso en vinil, buzón de ideas, bifoliar, lista de asistencia, encuesta, botellas de vidrio promocionales, computadora y cañonera (esta última brindada por el establecimiento).

**Desarrollo de la reunión**

 <p><b>Bienvenida</b></p>	 <p><b>Entrega de bifoliar y botella promocional.</b></p>	 <p><b>Explicación sobre la importancia de la identidad institucional.</b></p>
 <p><b>Presentación y explicación sobre el uso del manual de procedimientos de identidad corporativa.</b></p>	 <p><b>Promoción del uso del buzón de ideas.</b></p>	 <p><b>Entrega de encuesta opinión.</b></p>
 <p><b>Entrega de los ejemplares impresos del manual de procedimientos de identidad corporativa.</b></p>	 <p><b>Entrega de los ejemplares impresos del manual de procedimientos de identidad corporativa.</b></p>	 <p><b>Palabras de despedida y agradecimiento.</b></p>



**Foto grupal. Personal docente, director y sub-director.**

Fuente: Autoría propia



## 3.2 Ejecución 2: implementación de piezas de comunicación interna en el Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología

Las actividades realizadas durante la estrategia fueron:

1. Creación de cartelera informativa.
2. Implementación de buzón de ideas y pizarra positiva.
3. Promoción de los nuevos canales de comunicación.

### 3.2.1 Cartelera informativa

La actividad de esta estrategia consistió en la implementación de una cartelera informativa con el fin de solventar la dificultad que tienen los docentes de encontrar el momento idóneo para compartir información y reforzar el canal de comunicación de voz a voz.

#### a. Objetivo

Implementar nuevos canales de comunicación para consolidar el proceso informativo dentro del establecimiento educativo.

#### b. Medio utilizado

Para el desarrollo de la estrategia se incluyeron los siguientes elementos:

1. Guía de uso de la cartelera informativa. Impresa a *full color* en papel *bond* blanco.
2. Un cintillo para encabezado de la cartelera.
3. Archivador tamaño carta, en donde se recopilarán los documentos colgados en la cartelera, después de un tiempo prudente de exposición.
4. Cartelera informativa de corcho, con marco de madera de 80cm por 60cm.



5. Clavos de una pulgada, para sujetar la cartelera a la pared.

### c. Presupuesto utilizado

**Tabla 35**

*Presupuesto: cartelera informativa*

Cantidad	Descripción	Costo unitario	Sub- total	Total
<b>Cartelera informativa</b>				Q 142,28
1	Pizarrón de corcho	Q 109,99	Q 109,99	
1	Archivador tamaño carta	Q 15,00	Q 15,00	
1	Libra de clavo con cabeza de una pulgada	Q 6,49	Q 6,49	
4	Ciento de hojas <i>bond</i> de 80 gramos tamaño carta	Q 10,80	Q 10,80	
1	Impresiones (realizadas por la estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado).	Sin costo	Sin costo	
1	Diseño del cintillo y la guía de uso (realizado por la estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado).	Sin costo	Sin costo	

*Fuente:* Autoría propia

*Nota:* En la Tabla 35, se detalla el costo de la implementación de la cartelera informativa. El diseño del cintillo de título de la cartelera, guía de uso e impresión de la misma fue realizado por la estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado, por lo que no se le asignó ningún costo.

### d. Resultados obtenidos

Durante la implementación de la cartelera informativa, se observaron algunos documentos colgados en la misma, como, por ejemplo, la calendarización de las evaluaciones bimestrales.

A continuación, se detallan los resultados obtenidos en la encuesta de opinión, brindada al personal docente y directivo de la institución.

**Tabla 36**

*Resumen de encuesta: cartelera informativa*

Datos Generales	Área de Trabajo	Docente de Ciencias Naturales	Docente de Computación	Docente de Sociales	Docente de Contabilidad	Docente de Inglés	Docente de Matemática	Docente de Música	Sub-dirección	Dirección
	Tiempo de laborar en la institución	11 años	2 años	1 año	8 años	8 años	15 años	1 año	14 años	15 años
Cartelera informativa	¿Ha consultado la información en la cartelera?	Sí	Sí	No.	Sí	No	Sí	No	Sí	Sí
	¿Considera que la cartelera informativa es una herramienta de comunicación útil para transmitir información?	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
	¿Considera efectiva la forma de comunicación a través de la cartelera informativa?	Sí, porque es otro medio por donde se puede obtener otro punto de vista.	Sí, podemos motivar a los alumnos y que ellos nos brinden sus ideas.	Sí, para tomar sus propias ideas.	Sí, es muy práctico.	Sí, porque de esa manera se pueden buscar mejoras.	Sí, información rápida para el establecimiento.	Sí, porque cada uno aportará algo nuevo.	Sí, ha verido a dar un cambio en las opiniones.	Sí, nos ayuda a facilitar cualquier información física.

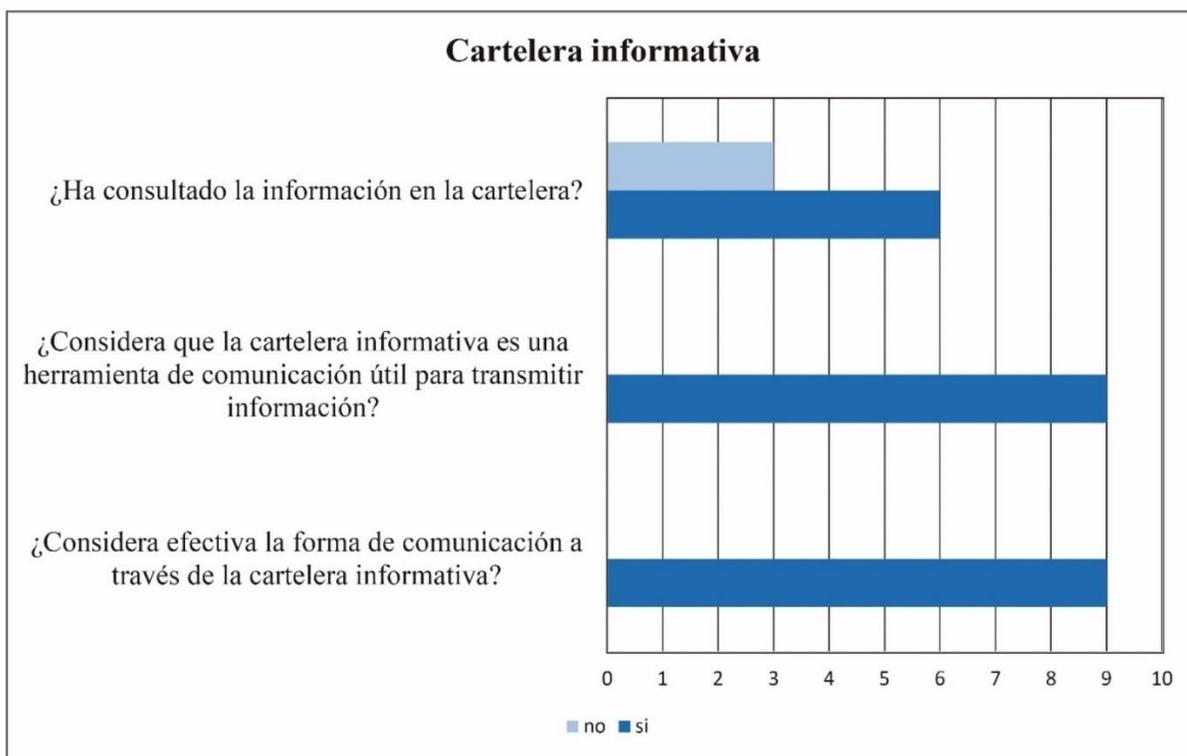
*Fuente:* Autoría propia

*Interpretación:* Como se observa en la Tabla 36, la mayoría del personal docente y directores, han consultado durante este período ejecutado la cartelera informativa, y todos consideran que es una herramienta útil para transmitir información dentro del establecimiento educativo.

Durante el diagnóstico se detectó, que no existía un canal de comunicación que permitiera reforzar la información que se transmitía de manera verbal o escrita, por lo que, a través de la implementación de la cartelera informativa, se persigue subsanar esa deficiencia, creando una pieza activa de comunicación.

**Figura 28**

*Encuesta de opinión: cartelera informativa*



*Fuente:* Autoría propia

*Interpretación:* Como se observa en la gráfica de barras, casi la totalidad del personal docente, ha consultado la cartelera informativa y la considera una herramienta útil y efectiva para transmitir información.



e. Evidencia del material

**Tabla 37**

*Ficha técnica: cartelera informativa*

<b>Ficha técnica: cartelera informativa</b>	
<b>Institución:</b>	Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología
<b>Fecha de elaboración:</b>	Junio - agosto 2022
<b>Especificaciones técnicas</b>	
<b>Dimensiones:</b>	60 cms por 80 cms
<b>Orientación:</b>	Horizontal
<b>Material:</b>	Pizarra corcho, marco de madera
<b>Nombre:</b>	Cartelera informativa, Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología
<b>Normativo de uso:</b>	Sí
<b>Carpeta para archivo:</b>	Sí
<b>Tipo de mensaje:</b>	Informativo
<b>Ubicación:</b>	Pasillo entre secretaría y dirección
<b>Iluminación:</b>	Sí
<b>Asegurada y firme a la pared:</b>	Sí
<b>Altura del suelo por encima de los 90cms.</b>	Sí
<b>Entrega:</b>	Rosa Isabel Morales Macajola (estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado).
<b>Recibe:</b>	
<b>Vo.Bo. _____</b> <b>Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología</b>	

Fuente: Autoría propia

Figura 29

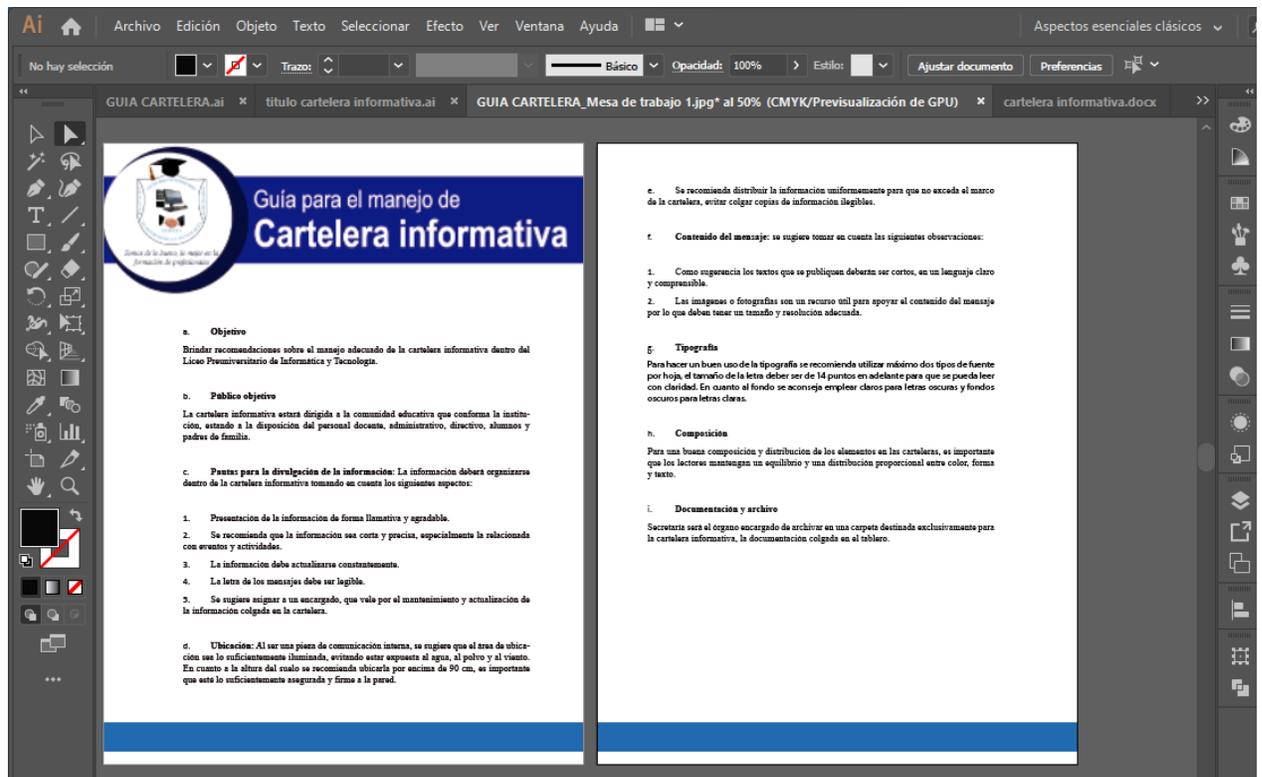
*Maquetación del cintillo de la cartelera informativa*



Fuente: Autoría propia

Figura 30

*Maquetación de la guía para el manejo de la cartelera informativa*



Fuente: Autoría propia

**Figura 31**

*Cartelera informativa: colocación y uso*



*Fuente: Autoría propia*



### 3.2.2 Buzón de ideas

La actividad de esta estrategia consistió en la implementación de un buzón de acrílico, en un área accesible para todo el personal docente y administrativo, con el propósito de recopilar las ideas, opiniones y sugerencias que presenten para la mejora del establecimiento educativo.

En un inicio se había propuesto la acción con el nombre de: “Buzón de sugerencias”, sin embargo, atendiendo a las necesidades de la institución y para darle un enfoque positivo, el nombre fue adaptado, quedando como: “Buzón de ideas”.

#### a. Objetivo

Implementar nuevos canales de comunicación para consolidar el proceso informativo dentro del establecimiento educativo.

#### b. Medio utilizado

Para el desarrollo de la estrategia se utilizaron los siguientes elementos:

1. Guía de procedimiento para el manejo del buzón de ideas, impreso a *full color* en papel *bond* blanco.
2. Rótulo identificador del buzón de ideas.
3. Archivador tamaño carta, en donde se recopilarán los formatos para captar las ideas, que han sido depositados en el buzón.
4. Buzón de acrílico mediano, con una parte deslizante.
5. Base para colocar lapiceros.
6. Formato para captar las ideas.



### c. Presupuesto utilizado

**Tabla 38**

*Presupuesto: buzón de ideas*

Cantidad	Descripción	Costo unitario	Sub- total	Total
	<b>Buzón de ideas</b>			Q 99,80
1	Rótulo identificador del buzón de ideas, diseño e impresión (realizado por la estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado).	Sin costo	Sin costo	
1	Diseño e impresión de la guía del procedimiento para el manejo del buzón de ideas (realizado por la estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado).	Sin costo	Sin costo	
25	Diseño e impresión de los formatos para captar las ideas, peticiones o quejas (realizados por la estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado).	Sin costo	Sin costo	
1	Archivador tamaño carta	Q 15.00	Q 15.00	
1	Buzón de acrílico mediano, con una parte deslizante	Q 59.00	Q 59.00	
1	Ciento de hojas <i>bond</i> de 80 gramos tamaño carta	Q 10.80	Q 10.80	
1	Base para colocar lapiceros	Q 12.00	Q 12.00	
2	Lapiceros color azul	Q 1.50	Q 3.00	

*Fuente:* Autoría propia

*Nota:* En la Tabla 38, se detalla el costo de lo que se utilizó, para la implementación del buzón de ideas. El diseño e impresión del rótulo identificador del buzón de ideas, la guía del procedimiento para el manejo y los formatos para captar las ideas, fue realizado por la estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado, por lo que no se le asignó ningún costo.

### d. Resultados obtenidos

Durante la implementación del buzón de ideas, se observó una buena acogida de la herramienta por parte de la comunidad educativa, porque desde el primer momento de su ejecución, se empezó a depositar los formatos para captar las ideas, peticiones o quejas, en el buzón.

A continuación, se detallan los resultados obtenidos de la encuesta de opinión, brindada al personal docente y directivo de la institución, sobre el uso del buzón de ideas.

**Tabla 39**

*Resumen de encuesta: buzón de ideas*

Datos Generales	Área de Trabajo	Docente de Ciencias Naturales	Docente de Computación	Docente de Sociales	Docente de Contabilidad	Docente de Inglés	Docente de Matemática	Docente de Música	Sub-dirección	Dirección
	Tiempo de laborar en la Institución	11 años	2 años	1 año	8 años	8 años	15 años	1 año	14 años	15 años
Buzón de ideas	¿Cree que el buzón de ideas es útil para las mejoras dentro de la comunidad educativa?	Sí, permite conocer ideas y sugerencias que se pueden poner en práctica para ir mejorando.	Sí, podemos tomar en cuenta cada idea que ellos propongan.	Sí, para que tengan su propia opinión y que la puedan tomar en cuenta.	Sí, se brindan ideas o situaciones que permitan mejorar.	Sí	Sí, porque ayudará en las cosas que no se están realizando de manera correcta.	Sí, para aportar nuevas ideas que se puedan utilizar.	Sí, nos proporcionan de forma clara y por escrito las ideas o cambios, que desean los alumnos, maestros y padres de familia.	Sí, nos damos cuenta de la opinión e ideas que tienen otras personas para las mejoras en la institución.
	¿Considera efectiva la forma de comunicación a través del buzón de ideas?	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
	¿Ha utilizado el buzón de ideas recientemente?	Sí	No	Sí	No	No	No	Sí	Sí	Sí

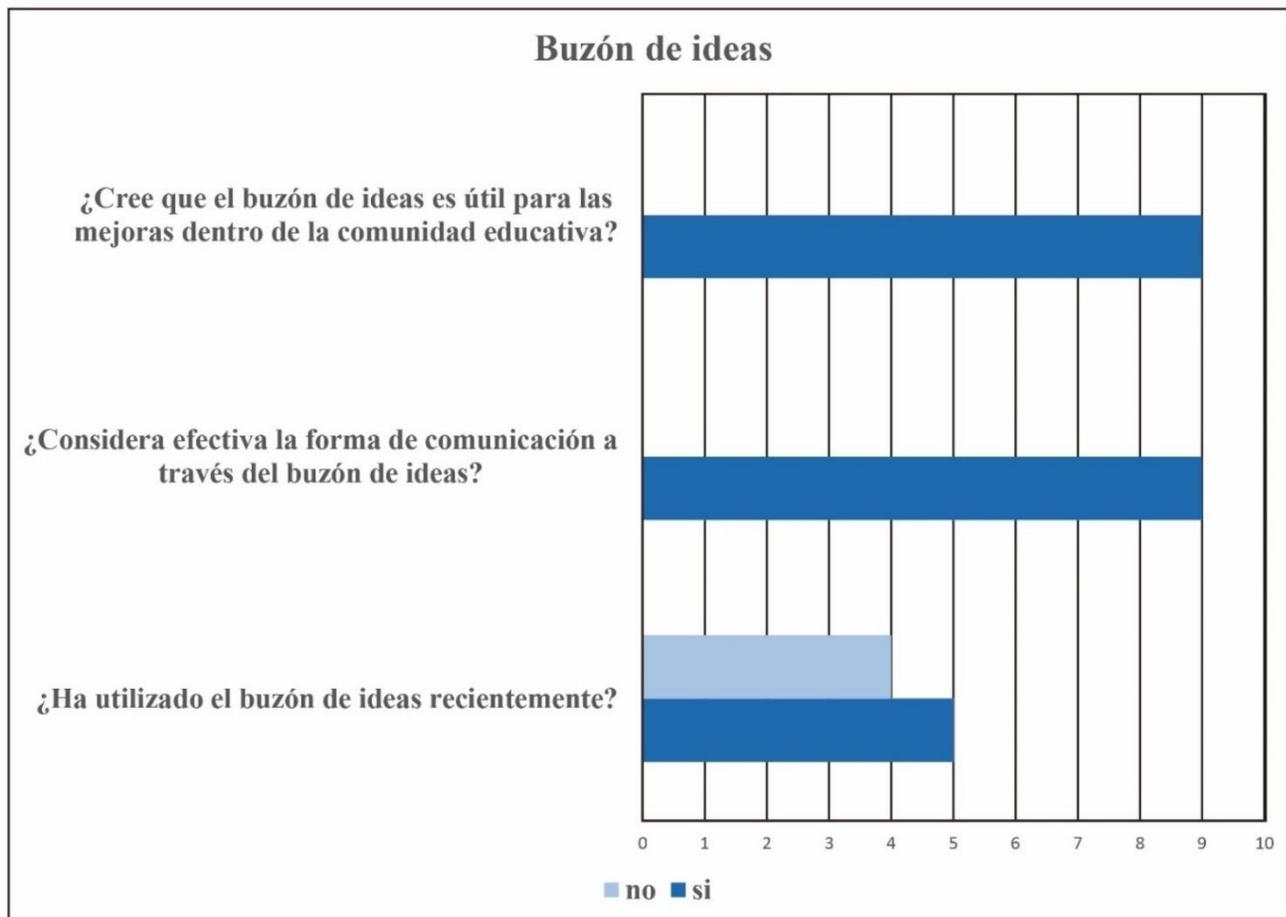
Fuente: Autoría propia

*Interpretación:* Como se observa en la Tabla 39, el personal docente y dirección concuerdan en que el buzón de ideas, es una herramienta útil, que permitirá captar las ideas y sugerencias requeridas para las mejoras del establecimiento educativo. Aunque se encuentra visible en un punto estratégico, será oportuno seguir incentivando al personal docente para que puedan aportar sus ideas.

En el diagnóstico se descubrió, que no existía un canal de comunicación que permitiera recopilar las opiniones o sugerencias, por eso, mediante la creación del buzón de ideas, se busca ir paleando esa situación, convirtiéndose en una pieza de comunicación activa.

**Figura 32**

*Encuesta de opinión: buzón de ideas*



*Fuente:* Autoría propia

*Interpretación:* Como se observa en la gráfica de barras, la totalidad del personal docente y directivo, consideran que el buzón de ideas es útil, para promover las mejoras del establecimiento educativo. Y algunos, han hecho uso de la nueva pieza de comunicación.



e. Evidencia del material

**Tabla 40**

*Ficha técnica: buzón de ideas*

<b>Ficha técnica: buzón de ideas</b>	
<b>Institución:</b>	Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología
<b>Fecha de elaboración:</b>	Junio - agosto 2022
<b>Especificaciones técnicas</b>	
<b>Dimensiones:</b>	5.5cms x 9.5cms
<b>Forma:</b>	Cuadrado con tapa deslizante
<b>Material:</b>	Acrílico
<b>Nombre:</b>	Buzón de ideas
<b>Normativo de uso:</b>	Sí
<b>Carpeta para archivo:</b>	Sí
<b>Tipo de mensaje:</b>	Informativo
<b>Ubicación:</b>	Pasillo entre secretaría y dirección
<b>Iluminación:</b>	Sí
<b>Asegurada y firme sobre una mesita:</b>	Sí
<b>Lapiceros y hoja para anotar la idea, opinión o sugerencia:</b>	Sí
<b>Entrega:</b>	Rosa Isabel Morales Macajola (estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado).
<b>Recibe:</b>	

Vo.Bo. \_\_\_\_\_  
Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología

Fuente: Autoría propia

Figura 33

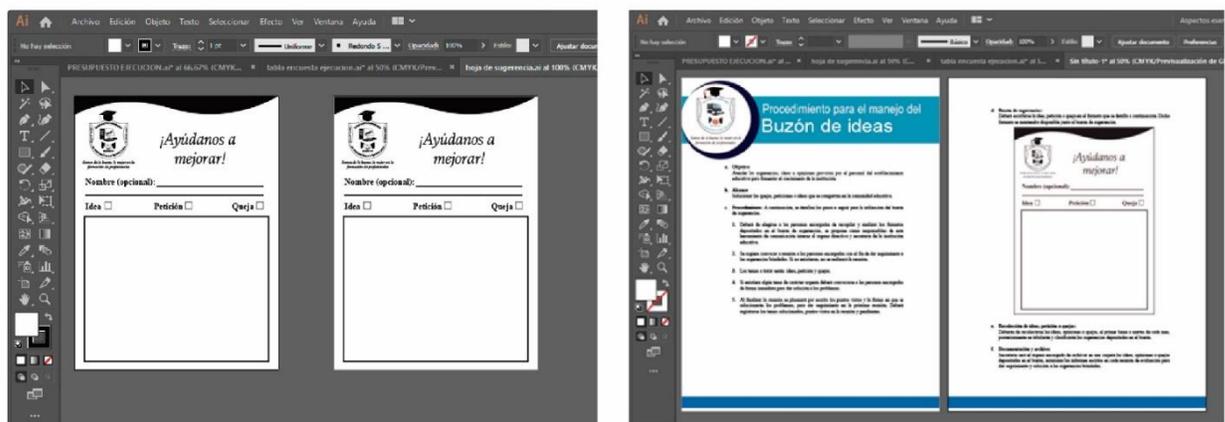
Maquetación del identificador del buzón de ideas



Fuente: Autoría propia

Figura 34

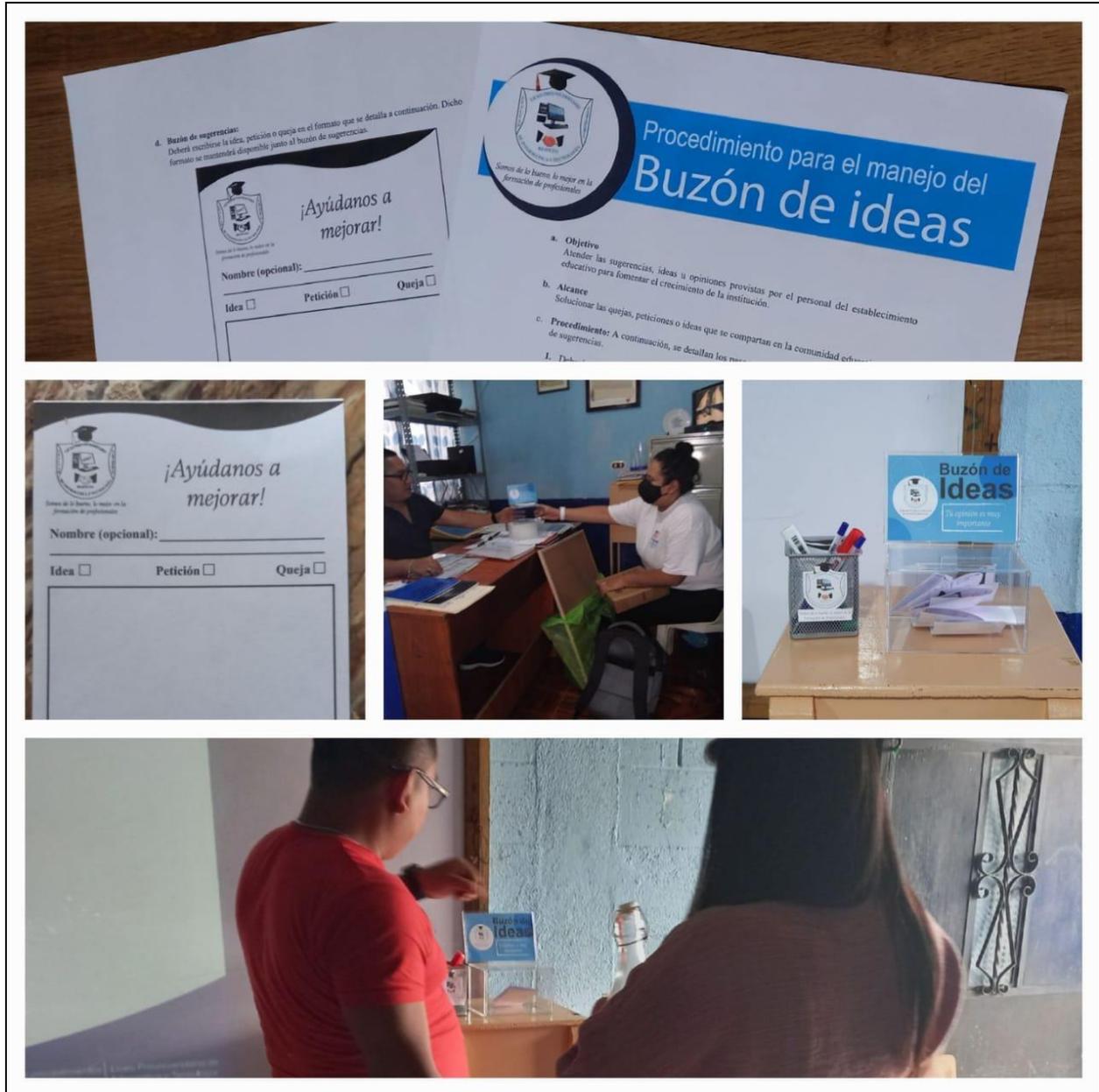
Maquetación de la guía de procedimiento para el manejo del buzón de ideas/hoja de ideas



Fuente: Autoría propia

**Figura 35**

*Buzón de ideas: implementación*



Fuente: Autoría propia



### 3.2.3 Pizarra positiva

La actividad de esta estrategia, consistió en implementar una pizarra de acrílico en un lugar visible para toda la comunidad educativa, con el fin de hacer partícipe al personal docente y administrativo en las actividades del establecimiento educativo, a través de la escritura de frases, pensamientos, positivos o motivacionales, para compartir con los que se acerquen a leer los mensajes escritos en la pizarra.

#### a. Objetivo

Implementar nuevos canales de comunicación para fomentar el sentido de pertenencia entre los colaboradores.

#### b. Medio utilizado

Para el desarrollo de la estrategia se utilizaron los siguientes elementos:

1. Guía de procedimiento para el manejo de la pizarra positiva, impreso a *full color* en papel *bond* blanco.
2. Cintillo identificador de la pizarra positiva.
3. Archivador tamaño carta, en donde se almacenará la guía de manejo de la pizarra positiva, y las evidencias fotográficas de los mensajes escritos.
4. Pizarra acrílica con marco de madera de 40 cm por 60 cm.
5. Marcadores para pizarra.



### c. Presupuesto utilizado

**Tabla 41**

*Presupuesto: pizarra positiva*

Cantidad	Descripción	Costo unitario	Sub- total	Total
	<b>Pizarra positiva</b>			Q 127.78
1	Rótulo identificador de la pizarra diseño e impresión (realizado por la estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado).	Sin costo	Sin costo	
1	Diseño e impresión de la guía del procedimiento para el manejo de la pizarra positiva (realizado por la estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado).	Sin costo	Sin costo	
1	Archivador tamaño carta	Q 15.00	Q 15.00	
1	Pizarra acrílica con marco de madera de 40 cm por 60 cm	Q 84.99	Q 84.99	
1	Ciento de hojas <i>bond</i> de 80 gramos tamaño carta	Q 10.80	Q 10.80	
1	Libra de clavo con cabeza	Q 11.99	Q 11.99	
2	Marcadores para pizarra	Q 2.50	Q 5.00	

*Fuente:* Autoría propia

*Nota:* En la Tabla 41, se detalla el costo de la implementación de la pizarra positiva. El diseño del cintillo de título de la pizarra positiva, guía de uso e impresión de la misma fue realizado por la estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado, por lo que no se le asignó ningún costo.

### d. Resultados obtenidos

La puesta en práctica de esta pieza de comunicación, dejó ver el deseo por parte de los colaboradores, para contribuir con las mejoras a la institución. Desde el momento en que se instaló la pizarra positiva, se observó la iniciativa e interés de los docentes por compartir pensamientos positivos y motivadores con la comunidad educativa.

A continuación, se detallan los resultados obtenidos de la encuesta de opinión, que se brindó al personal docente y dirección.

**Tabla 42**

*Resumen de encuesta: pizarra positiva*

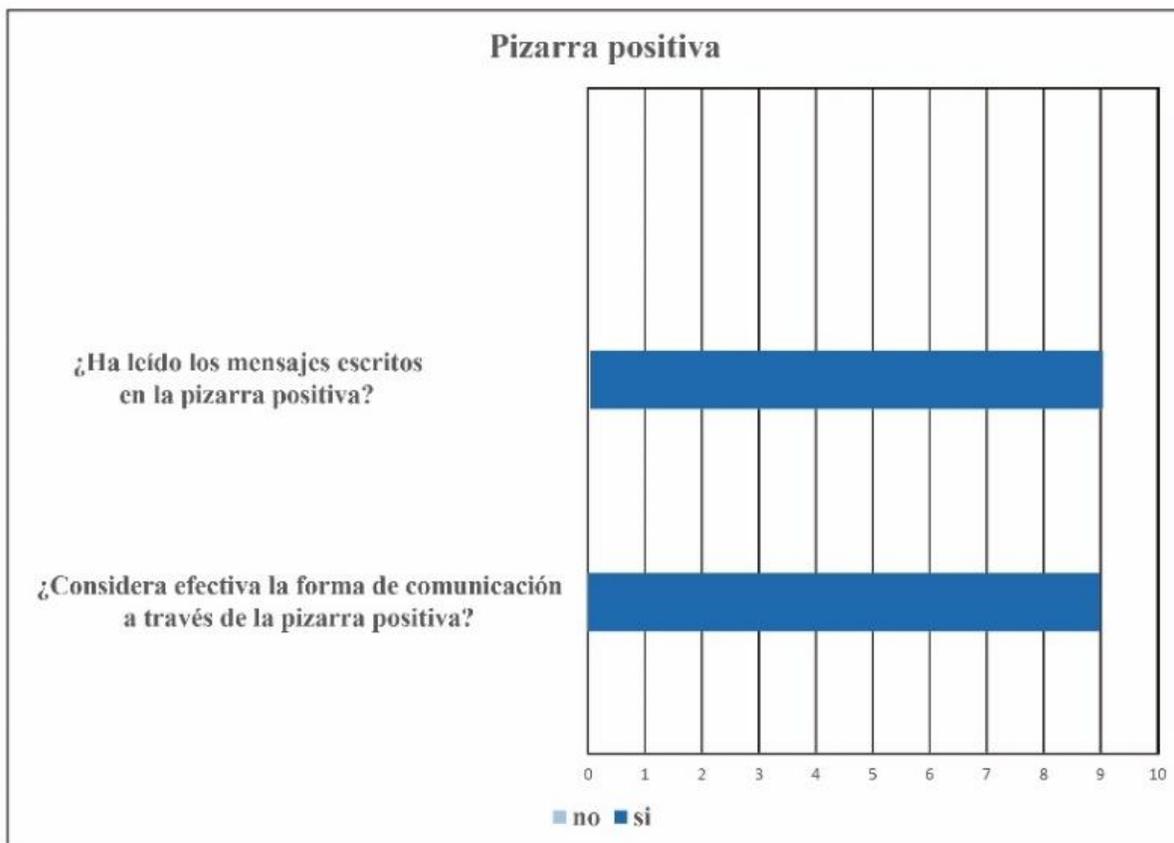
Datos Generales		Área de Trabajo	Docente de Ciencias Naturales	Docente de Computación	Docente de Sociales	Docente de Contabilidad	Docente de Inglés	Docente de Matemática	Docente de Música	Sub-dirección	Dirección
		Tiempo de laborar en la Institución	11 años	2 años	1 año	8 años	8 años	15 años	1 año	14 años	15 años
Pizarra positiva	¿Ha leído los mensajes escritos en la pizarra positiva?		Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si
	¿Qué opina de la pizarra positiva?	Permite conocer una reflexión al cual se le puede dar un significado individual al leer.	Muy buena, ya que los alumnos se motivan cada día leyendo cada mensaje.	Es buena para que los alumnos expresen su sentir.	Excelente práctica para estimular a los chicos.	Sin respuesta	Es una herramienta que proporciona una forma en la cual el estudiante o maestro puede motivarse con aun frase.	Es muy útil para motivar e incentivar a los estudiantes a seguir sin rendirse.	Es un excelente medio, donde podemos motivar a los estudiantes, maestros, etc.	Es un medio visual que nos ayuda a demostrar la utilización verídica a los estudiantes de varios contenidos.	
	¿Considera efectiva la forma de comunicación a través de la pizarra positiva?		Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si	Si

*Fuente:* Autoría propia

*Interpretación:* Como se observa en la Tabla 42, el personal docente y dirección concuerdan en que la pizarra positiva, es una pieza de comunicación efectiva para motivar e incentivar, a cualquiera que lea los mensajes. De esa forma se involucra a los colaboradores en acciones concretas, para el beneficio de la comunidad educativa.

**Figura 36**

*Encuesta de opinión: pizarra positiva*



*Fuente:* Autoría propia

*Interpretación:* Como se observa en la gráfica de barras, la totalidad del personal docente y directivo, consideran efectiva la forma de comunicación a través de la pizarra positiva, y todos se han acercado a leer los mensajes escritos.



e. Evidencia del material

**Tabla 43**

*Ficha técnica: pizarra positiva*

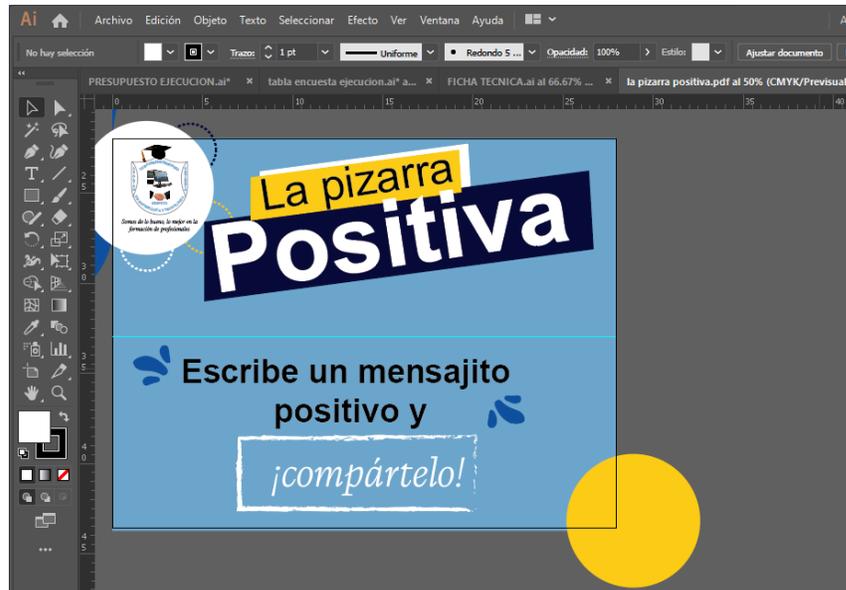
<b>Ficha técnica: pizarra positiva</b>	
<b>Institución:</b>	Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología
<b>Fecha de elaboración:</b>	Junio - agosto 2022
<b>Especificaciones técnicas</b>	
<b>Dimensiones:</b>	40 cm por 60 cm
<b>Orientación:</b>	Horizontal
<b>Material:</b>	Pizarra acrílica con marco de madera
<b>Nombre:</b>	Pizarra positiva
<b>Normativo de uso:</b>	Sí
<b>Tipo de mensaje:</b>	Emotivo
<b>Ubicación:</b>	Pasillo entre secretaría y dirección
<b>Iluminación:</b>	Sí
<b>Asegurada y firme a la pared:</b>	Sí
<b>Altura del suelo por encima de los 90cms.</b>	Sí
<b>Entrega:</b>	Rosa Isabel Morales Macajola (estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado).
<b>Recibe:</b>	

Vo.Bo. \_\_\_\_\_  
Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología

*Fuente:* Autoría propia

**Figura 37**

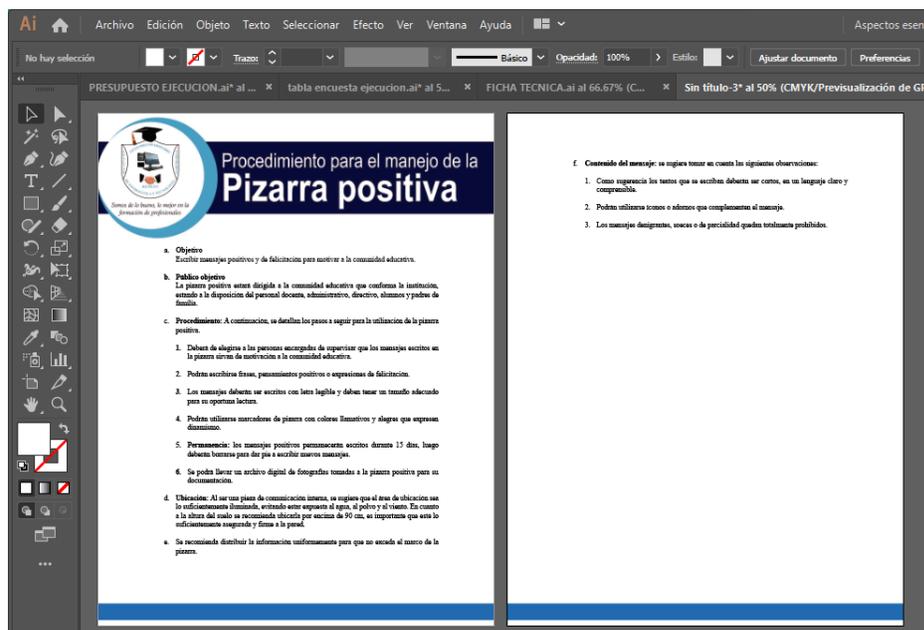
*Maquetación del cintillo de la pizarra positiva*



Fuente: Autoría propia

**Figura 38**

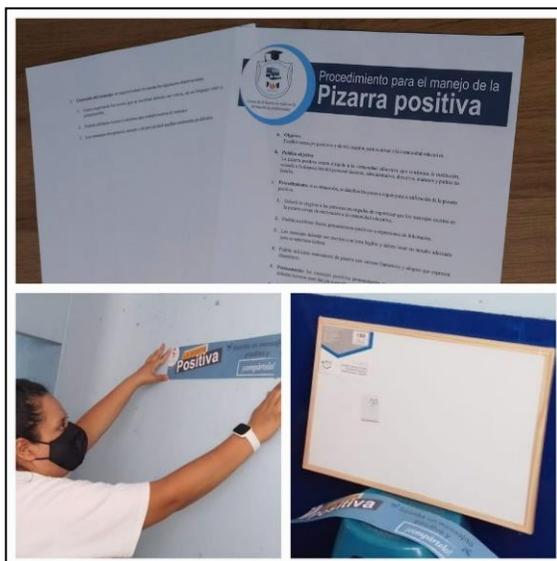
*Maquetación de la guía para el manejo de la pizarra positiva*



Fuente: Autoría propia

**Figura 39**

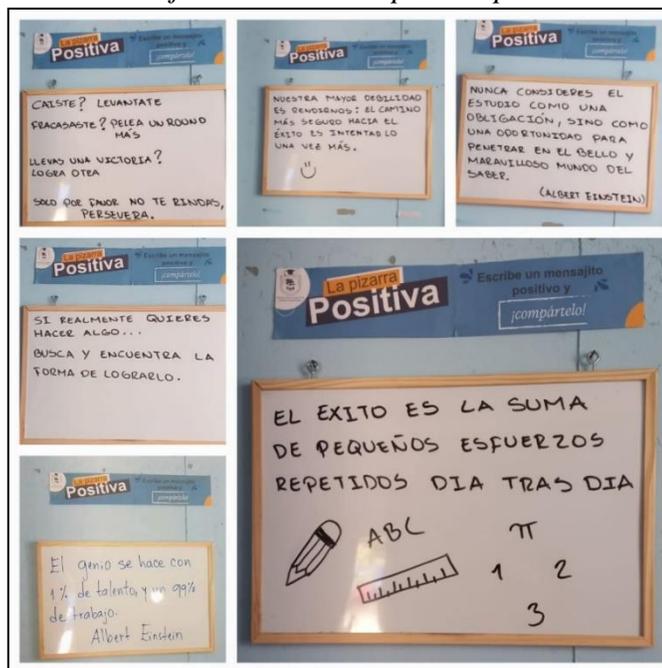
*Pizarra positiva: implementación*



Fuente: Autoría propia

**Figura 40**

*Mensajes escritos en la pizarra positiva*



Fuente: Autoría propia.



### 3.2.4 Promoción de los nuevos canales de comunicación interna

Se promocionó entre el personal docente y administrativo las nuevas piezas de comunicación interna, que ayudará a los colaboradores actuales y de nuevo ingreso a conocer la institución junto a sus procesos, fomentando el sentido de pertenencia en el establecimiento educativo.

#### a. Objetivo

Promocionar las nuevas piezas de comunicación interna.

#### b. Medio utilizado

Para la promoción de los nuevos canales de comunicación interna, se utilizaron mensajes verbales y digitales, compartidos en el grupo de *WhatsApp* de los docentes.

El diseño de los mensajes se realizó en *Adobe Ilustrador*, con un tamaño de 1200 pixeles por 1200 pixeles, compartidos en formato jpg y modo de color RGB. Para el diseño de los mensajes con contenido personalizado, se preguntó a cada maestro del nivel básico y diversificado una frase que haya impactado en su labor docente, se les solicitó escribirla en el formato brindado, para luego ser digitalizada y publicada en el grupo de *WhatsApp*.

#### c. Presupuesto utilizado

**Tabla 44**

*Presupuesto: promoción de los nuevos canales de comunicación interna*

Cantidad	Descripción	Costo unitario	Sub- total	Total
<b>Promoción de los nuevos canales de comunicación</b>				
12	Diseños de mensajes estratégicos para compartir en <i>WhatsApp</i> (elaborados por la estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado).	Sin costo	Sin costo	Sin costo
1	Formato para captar los mensajes positivos, escritos por los docentes del establecimiento (diseño e impresión realizada por la estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado).	Sin costo	Sin costo	Sin costo

*Fuente:* Autoría propia

*Nota:* En la Tabla 44, se detallan las acciones de promoción de los nuevos canales de comunicación interna, las cuáles fueron elaboradas por la estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado.

#### d. Resultados obtenidos

La promoción de los nuevos canales de comunicación interna, brindó la oportunidad al personal docente y administrativo de conocer las nuevas piezas de comunicación interna, preparadas para fortalecer los procesos informativos en el establecimiento.

La encuesta realizada a los colaboradores de la institución, mostró los siguientes resultados obtenidos.

**Tabla 45**

*Resumen de encuesta: promoción de los nuevos canales de comunicación interna*

Datos Generales	Área de Trabajo	Docente de Ciencias Naturales	Docente de Computación	Docente de Sociales	Docente de Contabilidad	Docente de Inglés	Docente de Matemática	Docente de Música	Sub-dirección	Dirección
	Tiempo de laborar en la Institución	11 años	2 años	1 año	8 años	8 años	no	1 año	14 años	15 años
Promoción de los nuevos canales de comunicación interna	¿En los últimos días ha utilizado alguno de los nuevos canales de comunicación?	Sí	Sí, pizarra positiva	Sí	Sí, cartelera	No	No	No, porque no me he acercado a ellos.	Sí, pizarra, cartelera y buzón.	Sí
	¿Se encuentra satisfecho con las nuevas herramientas de comunicación que posee el establecimiento?	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
	¿A través de que medio se enteró de los nuevos canales de comunicación( cartelera informativa, pizarra positiva y buzón de ideas)?	Verbal	Verbal y WhatsApp	Reunión	Verbal y WhatsApp	Reunión	Verbal y WhatsApp	Verbal y WhatsApp	Verbal y WhatsApp	Verbal y reunión

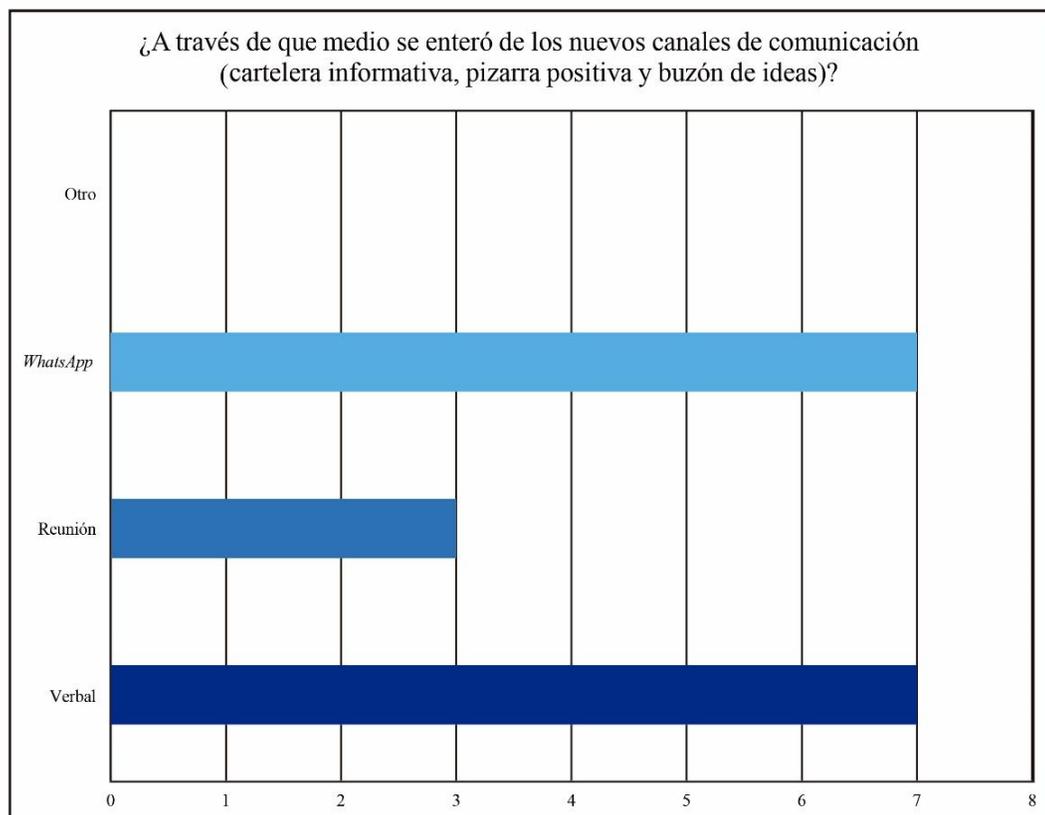
Fuente: Autoría propia

*Interpretación:* Como se observa en la Tabla 45, el personal docente y dirección lograron conocer los nuevos canales de comunicación interna, algunos se enteraron de forma verbal y otros a través de los mensajes compartidos a través de *WhatsApp*.

El reconocimiento de las nuevas piezas de comunicación interna, brindó la oportunidad a los docentes de utilizarlos, por lo que están satisfechos con las herramientas de comunicación implementadas en el establecimiento educativo.

**Figura 41**

*Encuesta de opinión: promoción de los nuevos canales de comunicación*



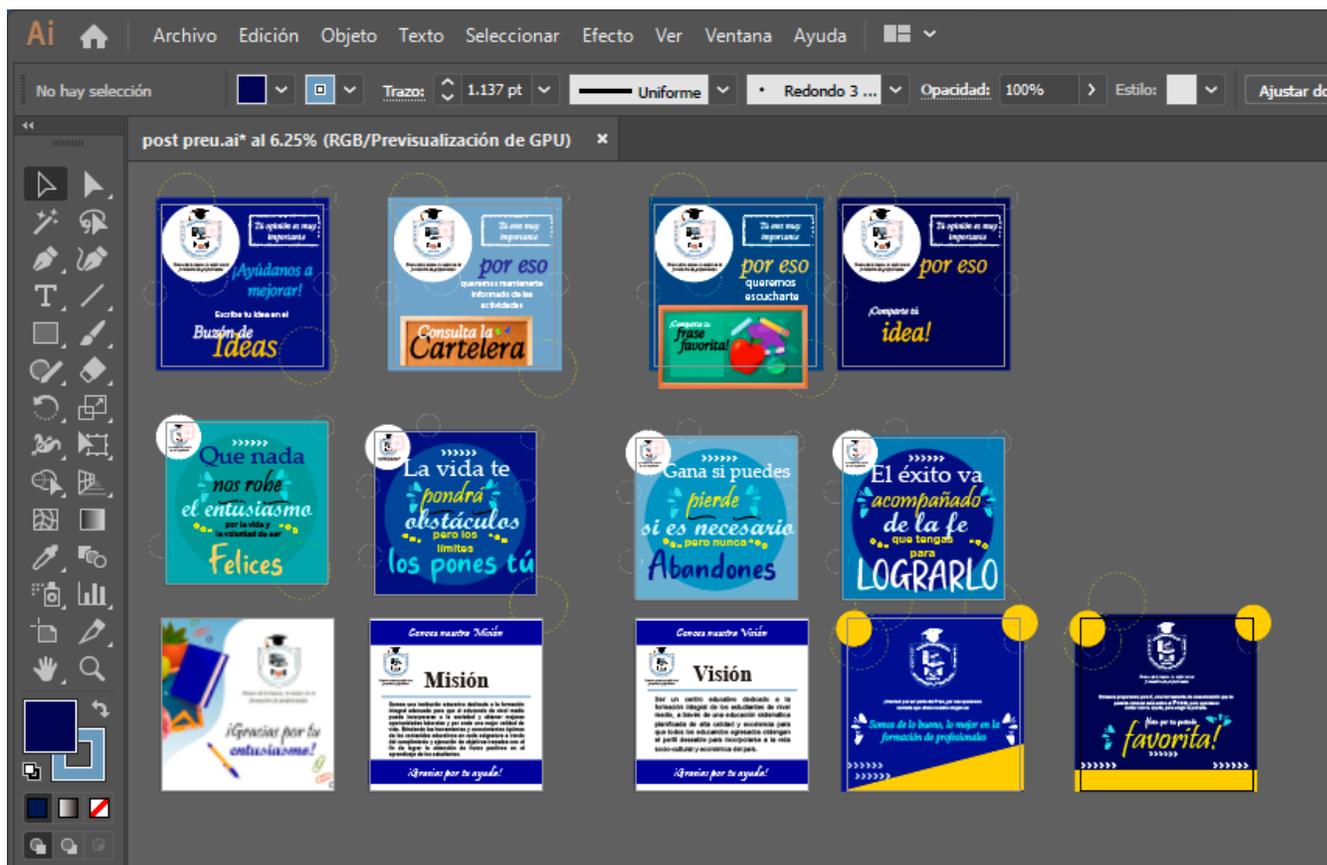
*Fuente:* Autoría propia

*Interpretación:* Como se observa en la gráfica de barras, la promoción de los canales de comunicación interna de forma verbal y digital a través de *WhatsApp*, obtuvo resultados positivos, porque la mayoría de colaboradores encuestados, indicaron que de esa forma conocieron las nuevas herramientas de comunicación implementadas en el establecimiento educativo.

e. Evidencia del material

Figura 42

Maquetación de los mensajes promocionales de los nuevos canales de comunicación interna

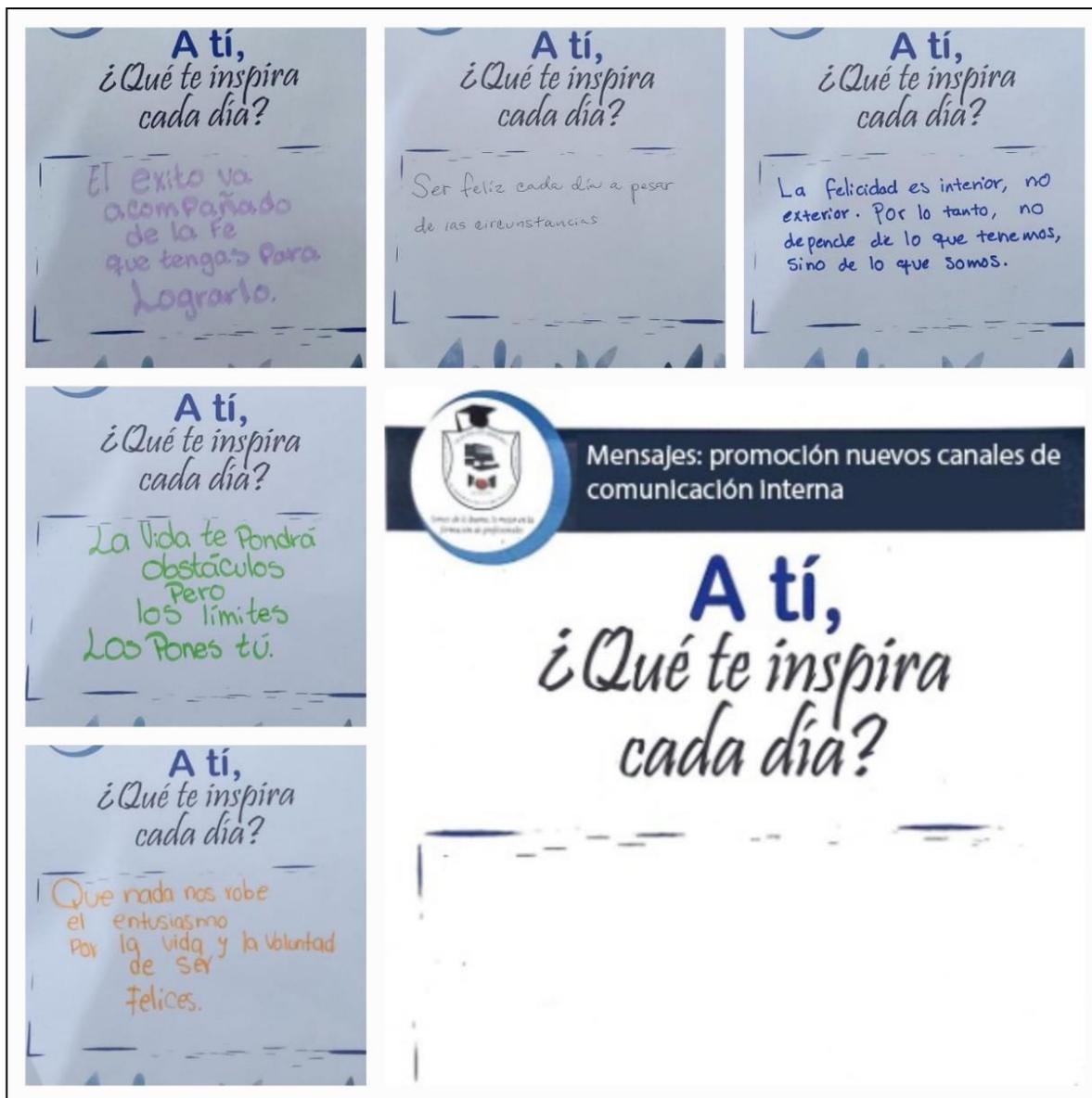


Fuente: Autoría propia

Nota: Para el diseño de las diferentes imágenes compartidas, se utilizó la línea gráfica establecida en el manual de procedimientos de identidad corporativa.

**Figura 43**

*Recopilación de los diferentes mensajes personalizados*



*Fuente:* Autoría propia

*Nota:* Para promocionar el uso de los nuevos canales de comunicación, se programaron mensajes personalizados, diseñados con contenido brindado directamente por el personal docente, administrativo y directores, los cuales fueron recopilados en el formato titulado: Mensajes: promoción nuevos canales de comunicación interna.

**Figura 44**

*Mensajes para incentivar a utilizar los nuevos canales de comunicación interna*



Fuente: Autoría propia

Nota: Los mensajes fueron compartidos en el grupo de WhatsApp de los docentes del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología, los días lunes durante un mes.

**Figura 45**

*Mensajes personalizados, para fomentar el sentido de pertenencia de los colaboradores*

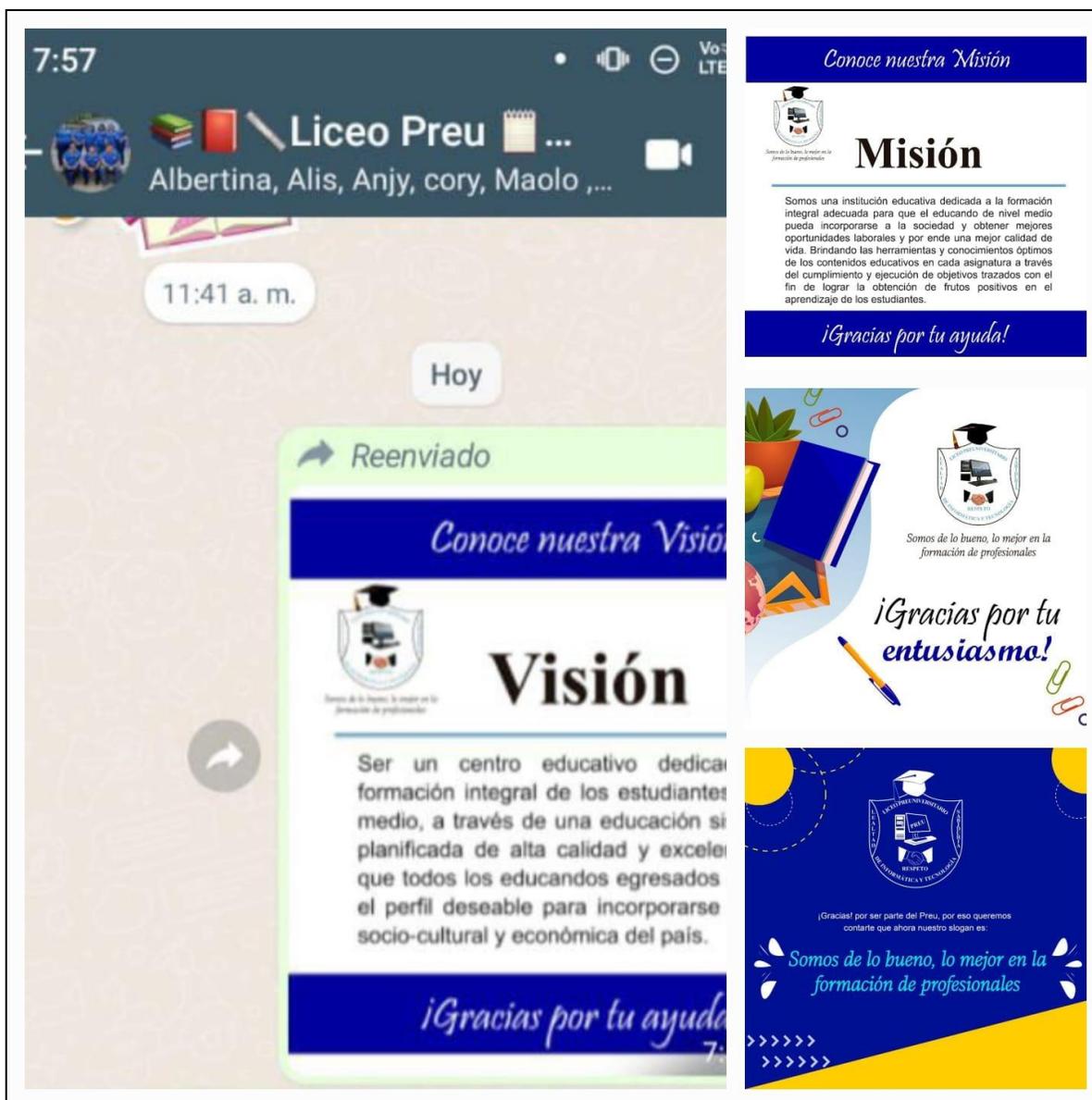


Fuente: Autoría propia

Nota: Los mensajes fueron compartidos en el grupo de WhatsApp de los docentes del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología, los días miércoles durante un mes.

**Figura 46**

*Mensajes para promocionar la parte filosófica de la institución*



Fuente: Autoría propia

Nota: Los mensajes fueron compartidos en el grupo de *WhatsApp* de los docentes del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología, los días viernes durante un mes.

Para la estrategia de promoción de los nuevos canales de comunicación, se compartió un total de 12 mensajes.



### 3.3 Ejecución 3: interiorización de la cultura organizacional con el personal docente y administrativo del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología

Las actividades realizadas durante la estrategia fueron:

1. Paquete de bienvenida al ciclo escolar.
2. Convocatoria: vota por tu portada favorita.

#### 3.3.1 Paquete de bienvenida al ciclo escolar

La actividad de esta estrategia consistió en la creación y sugerencia de un kit de bienvenida que permita al personal de nuevo ingreso crear sentido de pertenencia hacia la institución, brindándole las herramientas necesarias para la ejecución de sus actividades docentes.

##### a. Objetivo

Interiorizar la cultura organizacional y fomentar el sentido de pertenencia con la institución.

##### b. Medio utilizado

Para la propuesta del paquete de bienvenida se utilizaron los siguientes elementos:

1. Tarjeta de bienvenida, impresa a *full color* en papel *bond* de 120 gramos, tamaño ¼ de carta.
2. Una almohadilla para pizarrón.
3. Un juego de marcadores para pizarrón de 4 colores.
4. Una libreta pequeña de 120 hojas con espiral y elástico con el logo del establecimiento.
5. Bolsa de papel color azul con el logo del establecimiento.



### c. Presupuesto utilizado

**Tabla 46**

*Presupuesto: paquete de bienvenida*

Cantidad	Descripción	Costo unitario	Sub- total	Total
	<b>Paquete de bienvenida</b>			Q 40.00
1	Tarjeta de bienvenida impresa en papel <i>bond</i> de 120 gramos a <i>full color</i> tamaño 1/4 de carta (elaborada por la estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado).	Sin costo	Sin costo	
1	Libreta pequeña a colores con espiral de 120 hojas y elástico	Q 9.10	Q 9.10	
1	Almohadilla para pizarrón	Q 4.90	Q 4.90	
4	Marcadores para pizarrón de diferentes colores	Q 3.65	Q 14.60	
1	Bolsa para sorpresa color azul	Q 1.40	Q 1.40	
2	<i>Stickers</i> adhesivo blanco sizado	Q 5.00	Q 10.00	

*Fuente:* Autoría propia

*Nota:* En la Tabla 46, se detalla el costo de la propuesta del paquete de bienvenida. El diseño e impresión de la tarjeta de bienvenida fue realizado por la estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado, por lo que no se le asignó ningún costo.

### d. Resultados obtenidos

El director del establecimiento educativo indica la necesidad de continuar incentivando al personal docente, con el objetivo de fomentar aún más el sentido de pertenencia con la institución, por lo que indicó la importancia de replicar el paquete de bienvenida para el año entrante, acoplándose a las necesidades del establecimiento educativo.

e. Evidencia del material

**Tabla 47**

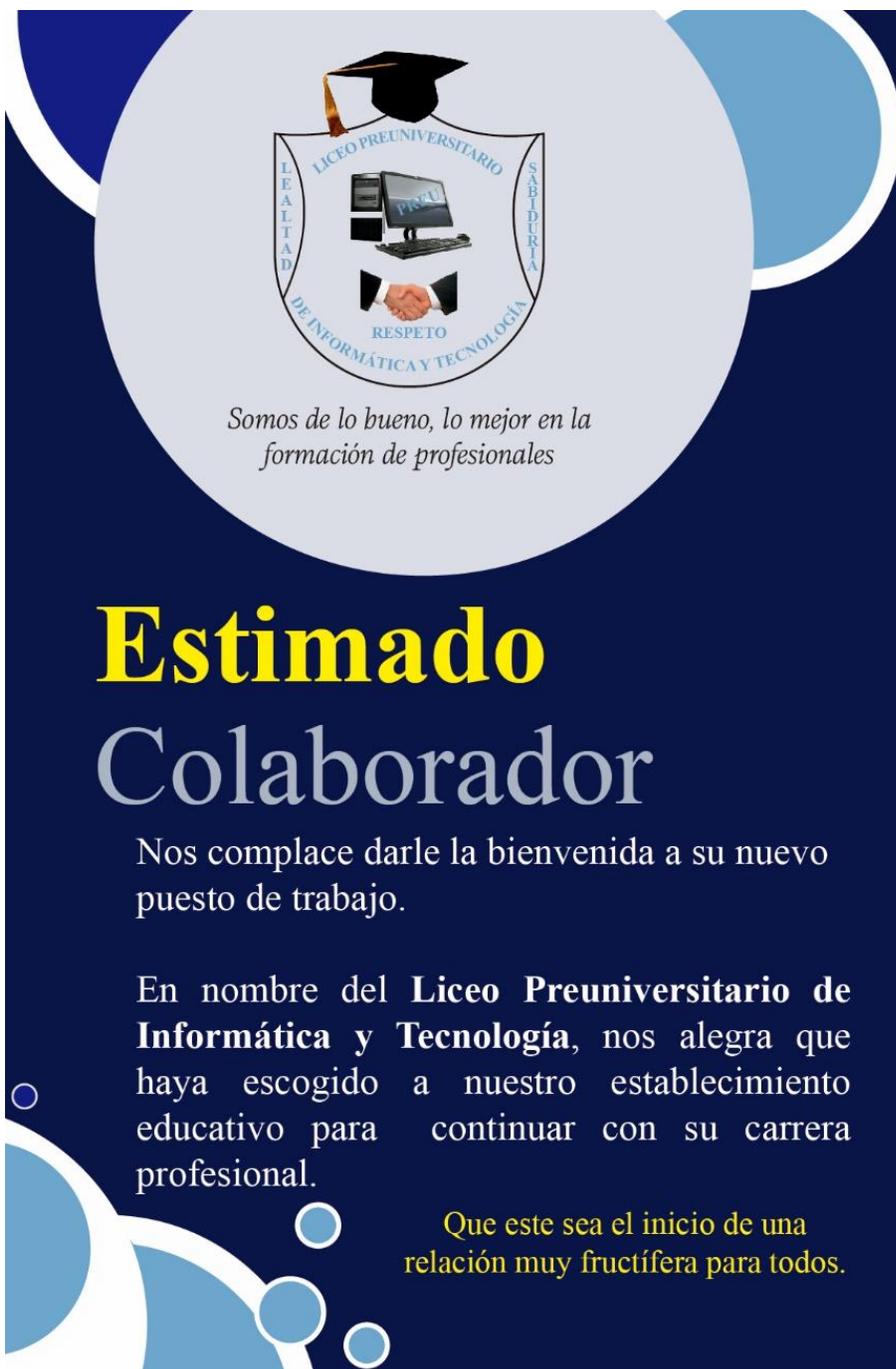
*Ficha técnica: paquete de bienvenida*

Ficha técnica: paquete de bienvenida/reunión de presentación			
<b>Institución:</b>	Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología		
<b>Fecha de elaboración:</b>	Julio - agosto 2022		
Cantidad	Descripción	Producto	Recibido
1	Libreta de 120 hojas con espiral y elástico. Paquete de bienvenida.		Sí
1	Almohadilla para pizarrón. Paquete de bienvenida.		Sí
1	Juego de marcadores de 4 colores para pizarra. Paquete de bienvenida.		Sí
1	Tarjeta de bienvenida.		Sí
15	Botellas de vidrio promocionales. Reunión de presentación del manual de procedimientos de identidad corporativa.		Sí
15	Bifolios informativos. Reunión de presentación del manual de procedimientos de identidad corporativa.		Sí
<b>Entrega:</b>	Rosa Isabel Morales Macajola (estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado).		
<b>Recibe:</b>			
<p><b>Vo.Bo.</b> _____</p> <p><b>Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología</b></p>			

Fuente: Autoría propia

**Figura 47**

*Tarjeta de bienvenida*



*Fuente: Autoría propia*

**Figura 48**

*Evidencia fotográfica: paquete de bienvenida al ciclo escolar 2023*



*Fuente:* Autoría propia

*Nota:* El paquete de bienvenida se conformó de diferentes artículos que pueden ser utilizados por el personal docente para el ejercicio de sus labores, como parte de la estrategia se brindó un paquete de bienvenida que podrá ser replicado posteriormente, adaptándose a las necesidades del establecimiento educativo.



### 3.3.2 Convocatoria vota por tu portada favorita

La actividad tuvo como fin, reforzar el sentido de pertenencia de los colaboradores, por lo que se les convocó, para elegir el diseño de la portada que identificaría al manual de procedimientos de identidad corporativa. Se diseñaron dos portadas que fueron previamente presentadas a dirección, luego de su aprobación se creó el formulario de votación impreso, para que de forma tangible pudieran ver los colores que integrarían cada portada.

En el plan de trabajo se había establecido el formulario de votación a través de *GoogleForms*, sin embargo, al conversar con el director del centro educativo, se acordó trabajar la votación de forma física, por lo que se le distribuyó a cada docente del área de básicos y diversificado un formulario que contenía las dos opciones de portadas, y debían elegir la portada favorita.

#### a. Objetivo

Interiorizar la cultura organizacional y fomentar el sentido de pertenencia con la institución.

#### b. Medio utilizado

Para la realización de la convocatoria: vota por tu portada favorita, se utilizaron los siguientes elementos:

1. Diseño de las portadas, que identificarían al manual de procedimientos de identidad corporativa del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología. Maquetadas en *Adobe Ilustrador*, trabajadas en un formato tamaño carta y modo de color CMYK.
2. Formulario de votación, impreso en papel *bond* de 80 gramos, tamaño carta a *full color*.
3. Diseño de post compartido en el grupo de *WhatsApp* de los colaboradores, para convocar al personal docente, administrativo y directores a participar en la actividad.



### c. Presupuesto utilizado

**Tabla 48**

*Presupuesto: vota por tu portada favorita*

Cantidad	Descripción	Costo unitario	Sub- total	Total
	<b>Convocatoria vota por tu portada favorita</b>			Sin costo
2	Diseños de portadas para el manual de procedimientos de identidad corporativa (elaboradas por la estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado).	Sin costo	Sin costo	
1	Diseño del formulario de votación (realizado por la estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado).	Sin costo	Sin costo	
20	Formularios de votación impresos a <i>full color</i> , tamaño carta en papel bond de 80 gramos (realizado por la estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado).	Sin costo	Sin costo	
1	Diseño de post para convocar a participar en la actividad (elaborado por la estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado).	Sin costo	Sin costo	

*Fuente:* Autoría propia

*Nota:* En la Tabla 48, se detallan los elementos utilizados para la ejecución de la convocatoria, vota por tu portada favorita. El diseño e impresión fue realizado por la estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado, por lo que no se le asignó ningún costo.

### d. Resultados obtenidos

La convocatoria: vota por tu portada favorita, tuvo una buena acogida por parte de la comunidad docente del establecimiento educativo, mostraron entusiasmo y disposición al momento de participar en la actividad.

A continuación, se detalla, lo que expresaron en la encuesta de opinión, en la pregunta: ¿Cómo se sintió al participar en la votación para elegir la portada del manual de procedimientos de identidad corporativa?

1. Docente de ciencias naturales: “Animada para aplicar nuevos cambios”.
2. Docente de computación: “Muy bien ya que no teníamos portada en el colegio. Y nos servirá de mucho”.
3. Docente de sociales: “Bien!! Ya que se tomó en cuenta la opinión de cada docente”.

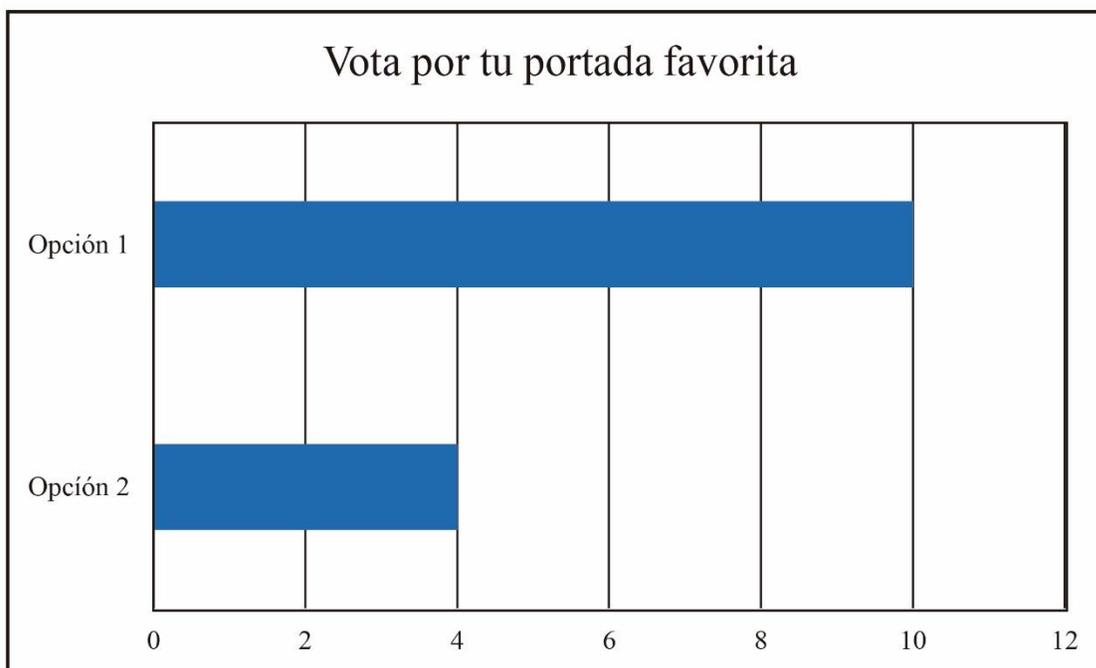


4. Docente de contabilidad: “Me sentí muy bien al poder participar en herramientas que permitan innovar”.
5. Docente de inglés: “Bien porque me tomaron en cuenta”.
6. Docente de matemática: “Bien por formar parte las actividades del colegio, como lo del manual”.
7. Docente de música: “Bien, se informó sobre cosas muy nuevas del establecimiento, que se pondrán en práctica”.
8. Sub-director del establecimiento educativo: “Bien, porque desde allí están tomando en cuenta mi opinión”.
9. Director del establecimiento educativo: “Satisfecho por la participación que se me dio”.

Las respuestas brindadas, muestran que los docentes y dirección, se sintieron parte de la actividad al brindar su opinión, por lo que se ensanchó el sentido de pertenencia con la institución.

**Figura 49**

*Formulario: vota por tu portada favorita*



*Fuente:* Autoría propia

*Interpretación:* El formulario de votación se distribuyó entre el personal docente y dirección, contando con un total de 14 votos, de los cuales la mayoría eligió la portada número 1.

e. Evidencia del material

**Tabla 49**

*Ficha técnica: portadas/manual de procedimientos de identidad corporativa*

Ficha técnica: portadas/ manual de procedimientos de identidad corporativa	
<b>Institución:</b>	Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología
<b>Fecha de elaboración:</b>	Mayo - agosto 2022
Especificaciones técnicas	
 <p>Opción 1</p>	 <p>Opción 2</p>
<b>Dimensiones:</b>	21.59 por 27.94 cm
<b>Tamaño:</b>	Carta
<b>Color:</b>	Full color
<b>Tipografía:</b>	Times New Roman Bold Calvino Grande Trial
<b>Impresión:</b>	Papel fotográfico.
<b>Formatos disponibles:</b>	Adobe ilustrador editable Adobe PDF JPG
<b>Portada elegida:</b>	Opción 1
Vo.Bo. _____ <b>Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología</b>	

Fuente: Autoría propia

**Figura 50**

*Maquetación portadas: manual de procedimientos de identidad corporativa*



Fuente: Autoría propia

**Figura 51**

*Formulario de votación*

**¡Vota por tu portada favorita!**

Somos de lo bueno, lo mejor en la formación de profesionales

Comunicación creando futuro

**Vota por tu portada favorita**

Estimado colaborador, tu opinión es muy importante para nosotros, por eso estamos preparando una herramienta que te permita conocer los procedimientos y la identidad corporativa del establecimiento educativo. Queremos contar con tu ayuda para elegir la portada que identificará a nuestra guía. Así que ¡a elegir tu portada favorita!

**Correo electrónico:**

---

**1. Portada**

Opción 1

Opción 2

Fuente: Autoría propia



**Figura 52**  
*Portada ganadora*



*Fuente:* Autoría propia



### Figura 53

*Promoción convocatoria: vota por tu portada favorita*

LICEO PREUNIVERSITARIO  
LEALTAD  
SABIDURIA  
PREU  
RESPECTO  
DE INFORMÁTICA Y TECNOLOGÍA

*Somos de lo bueno, lo mejor en la  
formación de profesionales*

Estamos preparando para tí, una herramienta de comunicación que te permita conocer más sobre el **Preu**, pero queremos contar con tu ayuda, para elegir la portada.

¡Vota por tu portada  
**favorita!**

Fuente: Autoría propia

**Figura 54**

*Fotografías de la actividad*



Fuente: Autoría propia



### 3.4 Cronograma

**Tabla 50**

*Cronograma general - primer semestre 2022*

Cronograma de actividad del Ejercicio Profesional Supervisado de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación																											
No.	Actividades	Semana a iniciar	Duración de la actividad en semanas	Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio			
				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Inscripción al propedéutico del Ejercicio Profesional Supervisado.	3	1																								
2	Fase propedéutica del diagnóstico.	4	2																								
3	Selección de la institución para elaborar el diagnóstico comunicacional.	5	2																								
4	Entrega de ficha de perfilación a coordinación del EPS.	5	1																								
5	Solicitud de autorización y aprobación por parte del director del establecimiento educativo.	5	2																								
6	Lectura de tesario y trabajos de investigación para elaborar los antecedentes comunicacionales.	6	1																								
7	Solicitud y recepción de acta de graduación y cierre de póliza para completar papelería de inscripción del EPS.	6	2																								
8	Se realiza trabajo de observación en la institución.	7	1																								
9	Redacción de antecedentes, datos generales de la institución, diagnóstico y registro de hallazgos obtenidos dentro de la institución.	6	2																								
10	Reunión con el asesor.	6	2																								
11	Redacción de objetivos generales, específicos, elaboración de metodología a ejecutar, elaboración de cuestionario de preguntas por temas para desarrollar la entrevista a profundidad al personal docente y administrativo.	6	2																								
12	Reunión con el asesor.	7	1																								
13	Recopilación y transcripción de información para elaborar la técnica de la documentación y análisis de contenido.	7	1																								
14	Entrevistas a docentes y personal administrativo.	7	1																								
15	Análisis de la información recabada de las entrevistas.	7	2																								
16	Elaboración del FODA comunicacional, problemas detectados, indicadores de éxito, límites y alcances.	7	2																								
17	Redacción de conclusión, recopilación de referencias y anexos.	9	1																								
18	Entrega fase 1: diagnóstico comunicacional del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología.	9	1																								
19	Fase propedéutica del plan.	14	2																								
20	Diseño del plan estratégico de comunicación.	14	5																								
21	Redacción de las estrategias comunicacionales implementadas en el establecimiento educativo.	14	5																								

Fuente: Autoría propia



**Tabla 51**

*Cronograma general – abril - noviembre 2022*

Cronograma de actividad del Ejercicio Profesional Supervisado de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación																																			
No.	Actividades	Semana a iniciar	Duración de la actividad en semanas	Abril				Mayo				Junio				Julio				Agosto				Septiembre				Octubre				Noviembre			
				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
22	Recopilación de las actividades y elementos que integrarán cada estrategia.	15	2																																
23	Elección del mensaje clave a incorporar en la	15	1																																
24	Redacción del plan comunicacional implementado en el Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología.	16	2																																
25	Entrega fase 2: plan comunicacional.	18	1																																
26	Presentación y aprobación de las estrategias comunicacionales al establecimiento educativo.	20	1																																
27	Diagramación, diseño y presentación de las secciones que integrarán el manual de procedimientos de identidad corporativa de la institución educativa.	20	10																																
28	Plasmar en material acrílico la parte filosófica de la institución y señalización. Colocación de la cartelera informativa, buzón de ideas y pizarra positiva.	26	1																																
29	Supervisión a cargo del asesor con el director del establecimiento educativo.	27	1																																
30	Reunión presencial para la entrega del manual de identidad corporativa, explicación de usos y beneficios.	30	1																																
31	Diseño de mensajes estratégicos para promover el uso de los nuevos canales de comunicación.	26	4																																
32	Selección de los elementos que conformarán el paquete de bienvenida que se les brindará a los colaboradores.	29	1																																
33	Presentación a dirección para la aprobación del paquete de bienvenida.	29	1																																
34	Diseño de portadas para el manual de procedimientos de identidad corporativa.	29	1																																
35	Entrega de la fase 3: ejecución del plan de co	31	1																																
36	Elaboración y entrega del informe final.	31	5																																
37	Evaluación individual.	31	5																																
38	Distribución del informe final en formato digital e impreso a los lugares respectivos.	36	3																																
39	Finalización del EPS de licenciatura en Ciencias de la Comunicación.	39	2																																
40	Graduación.	41	2																																

Fuente: Autoría propia



## Conclusiones

- a. El diagnóstico en un establecimiento educativo, es una herramienta eficaz para conocer los aspectos a mejorar en materia comunicacional. En el Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología se detectaron diferentes aspectos a fortalecer, siendo estos: comunicación visual, interiorización de la parte filosófica de la institución, canales de comunicación para reforzar la información que se transmite y procesos de inducción.
- b. Para transformar los desafíos en oportunidades de crecimiento para el plantel educativo, se establecieron tres líneas estratégicas de acción, fundamentadas en instaurar la identidad corporativa, implementar nuevos canales de comunicación y fomentar el sentido de pertenencia con la institución.
- c. El desarrollo de la comunicación organizacional en el Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología, permitió esclarecer los lineamientos de trabajo para cumplir con los objetivos establecidos por la institución.
- d. Las actividades desarrolladas, fortalecieron la identidad corporativa y fomentaron en los colaboradores el sentido de pertenencia con la institución. Por ejemplo, el manual de procedimientos de identidad corporativa, permitió crear la identidad del centro educativo, porque recopila los aspectos visuales, corporativos y filosóficos de la institución frente a la comunidad educativa.
- e. La implementación de los nuevos canales de comunicación abrió las puertas, para consolidar el proceso de información dentro del establecimiento educativo, permitiendo a los colaboradores exteriorizar sus ideas, opiniones y sugerencias, para mejoras de la institución y se logró estandarizar los procesos de inducción para el manejo de la información y documentación interna, fortaleciendo el conocimiento de la filosofía educativa en la mente del personal docente y administrativo.



## Recomendaciones

- a. Incentivar de forma verbal, escrita o digital, sobre la importancia de utilizar las nuevas herramientas de comunicación interna implementadas en la institución.
- b. Desarrollar actividades de convivencia, para resaltar el valor práctico de las piezas de comunicación interna.
- c. Creación de un reglamento interno de trabajo que permita regular el flujo de información y roles dentro del organigrama institucional.
- d. Realización de capacitaciones para fomentar el desarrollo tecnológico, en torno a la comunicación en la comunidad educativa del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología.
- e. Utilizar el manual de procedimientos de identidad corporativa como una herramienta activa de comunicación.



## Referencias bibliográficas

- Aguado, J. (2004). *Introducción a las teorías de la información y la comunicación*. Departamento de Información y Documentación Facultad de Comunicación y Documentación. Universidad de Murcia.
- Aljure, A. (2015). *El plan estratégico de comunicación. Método y recomendaciones prácticas para su elaboración*. Colombia. Editorial UOC.
- Arenas, V. (2019). Diferenciando conceptos: identidad e imagen corporativa de los centros educativos. [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://www.schoolmarket.es/diferenciando-conceptos-identidad-e-imagen->
- Argueta, A. (2021). *Diagnóstico y Estrategia de Comunicación Externa para Crear la Imagen Institucional en Redes Sociales en Colegio el Camino* (informe de ejercicio profesional supervisado de licenciatura). Universidad San Carlos de Guatemala. Guatemala, Guatemala.
- Baldizón, R. (2018). *Diagnóstico y propuesta de comunicación interna en el colegio Kids World* (tesis de licenciatura). Universidad San Carlos de Guatemala. Guatemala, Guatemala.
- Campoy, T & Gomes, E. (2009). *Técnicas e instrumentos cualitativos de recogida de datos*. Recuperado de [http://proyectos.javerianacali.edu.co/cursos\\_virtuales/posgrado/maestria\\_asesoria\\_familiar/Investigacion%20I/Material/29\\_Campoy\\_T%C3%A9cnicas\\_e\\_instrumentos\\_cualitativos\\_recogida\\_informacion.pdf](http://proyectos.javerianacali.edu.co/cursos_virtuales/posgrado/maestria_asesoria_familiar/Investigacion%20I/Material/29_Campoy_T%C3%A9cnicas_e_instrumentos_cualitativos_recogida_informacion.pdf)
- Cárdena, T, de J. (2014). *Engagement ilusión por el trabajo. Un modelo teórico conceptual*. México. Red Durango de Investigadores Educativos A. C.
- Chiavenato, I. (2003). *Introducción a la Administración*. Recuperado de [https://www.academia.edu/31065881/Pensamiento\\_Administrativo\\_Unidad\\_II\\_Planeacion](https://www.academia.edu/31065881/Pensamiento_Administrativo_Unidad_II_Planeacion)



- Codina, Alexis. (2010). *El arte de la ejecución estratégica*. Revista Ciencias Estratégicas, 18(24),213-224. [fecha de Consultada 17 de agosto de 2022]. ISSN: 1794-8347. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=151316944004>
- Contreras, J. (2021). *Diagnóstico y Estrategia de Comunicación Externa para el Colegio “EL Castillo de María” ubicado en zona 2, Guatemala* (informe de ejercicio profesional supervisado de licenciatura). Universidad San Carlos de Guatemala. Guatemala, Guatemala.
- Cortés, M y Iglesias, M. (2004). *Generalidades sobre la Metodología de la Investigación*. Campeche México. Universidad Autónoma del Carmen.
- Cucchiari, C. (2019). *Identidad corporativa: planificación estratégica generadora*. Universidad Nacional de Cuyo.
- Díaz, L. (2011). *La Observación*. Facultad de Psicología, UNAM. Departamento de Publicaciones.
- Fernández, Flory. (2002). *El Análisis de Contenido como Ayuda Metodológica para la Investigación*. *Revista de Ciencias Sociales (Cr)*, II (96), [fecha de Consulta 25 de febrero de 2022]. ISSN: 0482-5276. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15309604>
- Galán, J. (2017, 05 de julio). Identidad corporativa. [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/identidad-corporativa.html>
- Greene, C. (2002). *Elementos de la comunicación*. Recuperado de <https://www.conalep.edu.mx/UODDF/Planteles/venustiano-carranza-/docentes/PublishingImages/MATERIAL/ASDI/1erSemestre/Comunicaci%C3%B3n%20para%20la%20interaci%C3%B3n%20social/ELEMENTOS%20DE%20LA%20COMUNICACI%C3%93N.pdf>
- Guardia de Viggiano, N. V. (2009) *Coordinación educativa y cultural Centroamericana*. Colección pedagógica. Formación inicial de docentes centroamericanos de educación



*primaria o básica. Lenguaje y comunicación.* San José, C. R. Coordinación Educativa y Cultural Centroamericana, CECC/SICA

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Definiciones de los Enfoques Cuantitativo y Cualitativo, sus Similitudes y Diferencias.* México. McGraw Hill Education.

Lemus, R. (2000). *La Investigación en la Comunicación Organizacional.* Guatemala, Guatemala. Universidad Rafael Landívar, Instituto de Lingüística y Educación.

Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología. (2020). Proyecto Educativo Institucional.

Loarca, J. (2020). *Diagnóstico y Estrategia de Comunicación Interna para Fortalecer la Imagen del Colegio Mixto Teresa Martin Quetzaltenango* (informe de ejercicio profesional supervisado de licenciatura). Universidad San Carlos de Guatemala. Guatemala, Guatemala.

Metodología. (2015). *Glosario de Términos. Herramientas Básicas para la Investigación Educativa.* Recuperado de (DOC) Glosario de terminos apa | Christian AC - Academia.edu [https://www.academia.edu/18894598/Glosario\\_de\\_terminos\\_apa#:~:text=La%20Metodolog%C3%ADa%3A%20es%20la%20ciencia%20que%20nos%20ense%C3%B1a,%28Cort%C3%A9s%20Cort%C3%A9s%20e%20Iglesias%20Le%C3%B3n%2C%202004%2C%20p.%208%29](https://www.academia.edu/18894598/Glosario_de_terminos_apa#:~:text=La%20Metodolog%C3%ADa%3A%20es%20la%20ciencia%20que%20nos%20ense%C3%B1a,%28Cort%C3%A9s%20Cort%C3%A9s%20e%20Iglesias%20Le%C3%B3n%2C%202004%2C%20p.%208%29)

QuestionPro. (s.f) Análisis FODA: Qué es y cómo aplicarlo en tu empresa. [web log spot]. Recuperado de <https://www.questionpro.com/blog/es/analisis-foda/>

Ramos, W, D., Paredes, S. M., Teran, P. E., y Lema, L. F. (2017) *Comunicación organizacional.* Guayaquil, Ecuador. Ediciones Grupo Compás 2017.

Riaza, A. (2021, 25 de enero). Cultura organizacional: qué es y cómo definirla correctamente. [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://www.bizneo.com/blog/cultura-organizacional/>



Ríos, E. F., Páez, H. A., y Barbos, J. F. (2020). *Estrategias de comunicación: diseño, ejecución y seguimiento*. Cali, Colombia. REDIPE Red Iberoamericana de Pedagogía.

Rizo, J. (2015). *Técnicas de Investigación Documental*. Universidad Nacional Autónoma De Nicaragua, Managua Facultad Regional Multidisciplinaria De Matagalpa Unan – Farem – Matagalpa

Universidad Americana de Europa. (2019, 15 de agosto). Cultura organizacional en una empresa. [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://unade.edu.mx/cultura-organizacional/#:~:text=Cultura%20organizacional%20en%20una%20empresa&text=La%20cultura%20organizacional%20es%20el,y%20la%20psicolog%C3%ADa%20del%20grupo>.

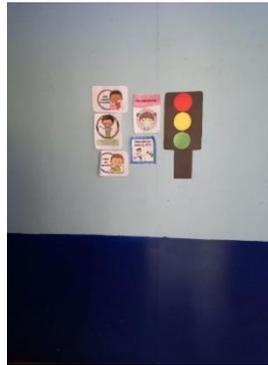


## Anexos

### Anexo A. Fotografías del establecimiento y logotipo



## Anexo B. Señalización y letreros



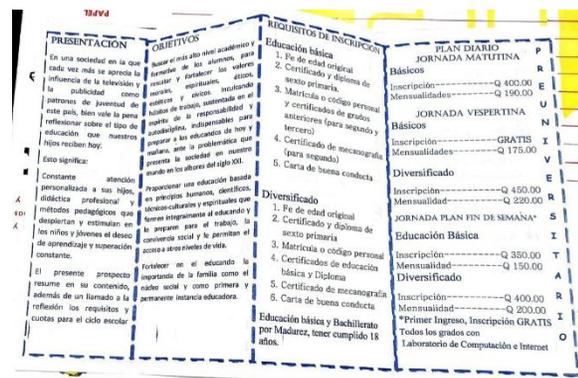
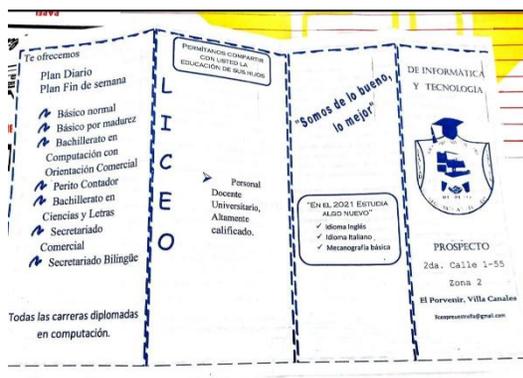


## Anexo C. Canales de comunicación

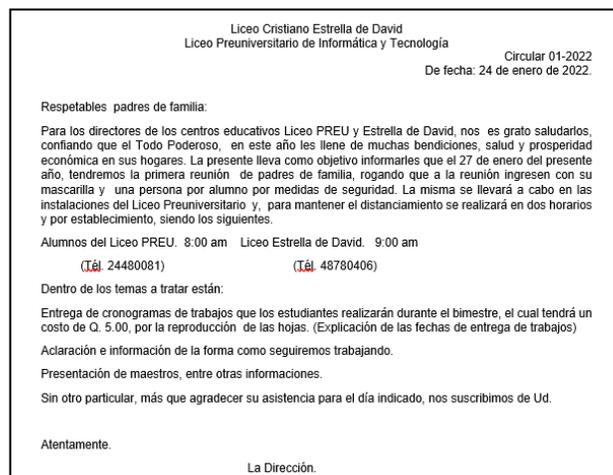
### Hoja membretada



### Trifoliar informativo



### Circulares impresas





## Memorándum

Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología  
Circular 02-2022

**De:** Vielman Idán Pérez López  
Director Estrella de David

**Va.Bo:** Lic. Wilman Antonio Galindo López  
Director General

**Para:** Personal docente y Secretarías del Liceo Cristiano Estrella de David y Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología.

**Asunto:** Presentación, higiene y uso de baños del personal que labora para los centros educativos.

**Fecha:** El Port-au-Prince, 24 de enero de 2022.

---

Motiva la presente para saludarlos y a la vez trasladarles la siguiente información en relación al uso del uniforme e higiene personal.

Derivado de la observación obtenida y tomando en cuenta que tenemos contacto con padres de familia y mayor aun siendo maestros o profesionales, les hacemos las siguientes recomendaciones.

Para los docentes:

- Cuidar su presentación personal, venir peinadas, pintadas (no mucho).
- Bañarse todos los días, no únicamente lavarse la cara o mojarse el pelo, esto da mal aspecto como persona y desprestigio para las instituciones.
- Para los docentes hombres, bañados y usar lociones agradables.
- Usar zapatos formales, tanto para hombres y mujeres, no tenis ni chapulines.
- Portar sus mascarillas durante la jornada laboral.

- Mantener sus uñas limpias, tanto hombres y mujeres.
- Cuidar su higiene bucal.
- Al hacer uso del baño de maníños, echar agua cada vez que lo use.
- Levantar la tapa del baño cuando eche agua.
- Si demoró agua al momento de echar agua, seque el piso con el trapador.

Esto con el objetivo de mejorar cada día la presentación nuestra, considerando que el padre de familia nos está observando a cada día y el mantener limpio el baño es por cualquier autoridad (Salud o Mineduc) que se presente a las instalaciones.

Cabe mencionar que el objetivo no es hacer la autocensura de algunos docentes, si no de mejorar cada día. Sabemos que muchos de ustedes ya están aplicando las recomendaciones dadas, pero no está de más recordárselas.

Favor firmar de enterados.

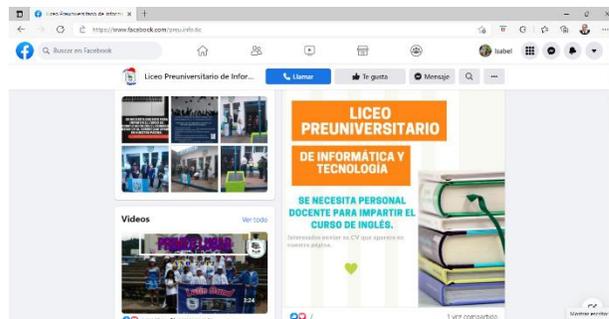
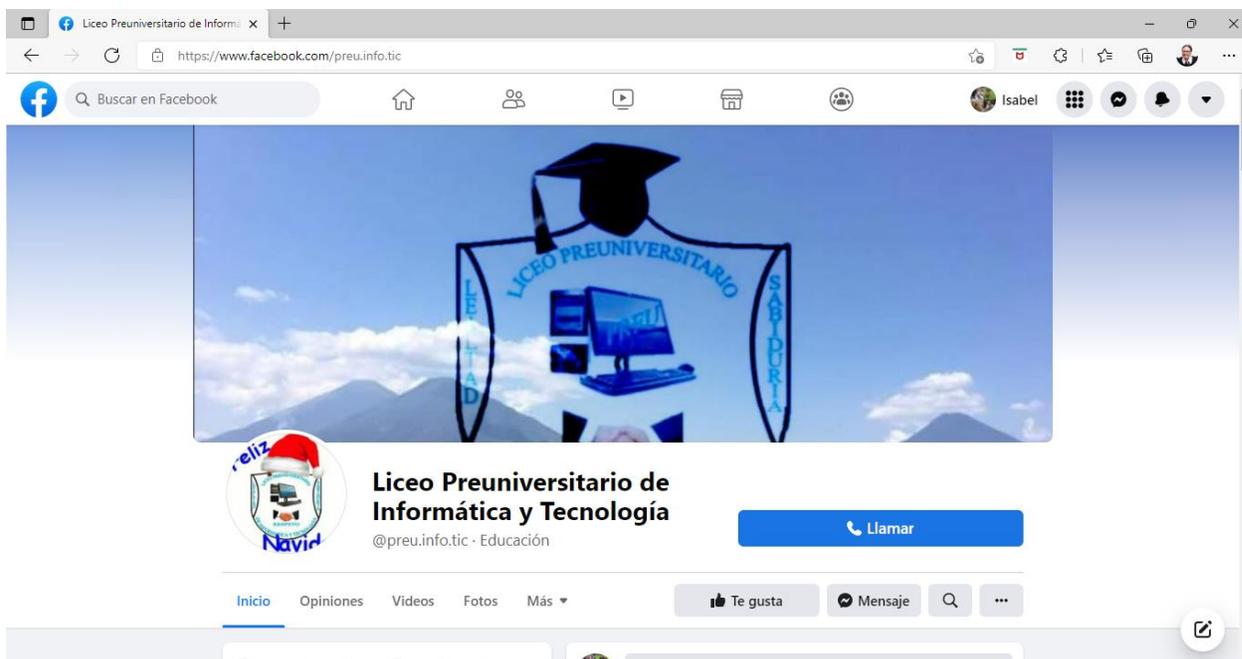
## Planificaciones de contenido educativo impresas

PLANIFICACION NIVEL MEDIO LICEO PREUNIVERSITARIO DE INFORMÁTICA Y TECNOLOGÍA						
	GRADO: BLOQUE	SECCION: AREA DE APRENDIZAJE:	FECHA DE: DOCENTE:			
COMPETENCIAS						
COMPETENCIAS	INDICADORES DE LOGRO	CONTENIDO DECLARATIVO	CONTENIDO PROCEDIMENTAL	CONTENIDO ACTITUDINAL	ACTIVIDAD	EVALUACIÓN





## Anexo D. Página oficial Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología (consultada el 21 de febrero del 2022)





### Anexo E. Formato de entrevista semiestructurada

Utilizada para las personas que fueron objeto de estudio.



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



### ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

**Tema:** Comunicación del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología

**Fecha:** \_\_\_\_\_ **Lugar:** \_\_\_\_\_

**Entrevistador:** \_\_\_\_\_

**Entrevistado (a):** \_\_\_\_\_ **Edad:** \_\_\_\_\_

**Área de Trabajo:** \_\_\_\_\_

**Puesto:** \_\_\_\_\_

**Tiempo de Laborar en la Institución:** \_\_\_\_\_

La presente entrevista tiene como fin recabar toda la información necesaria sobre la comunicación interna del establecimiento, datos que serán cotejados, revisados e interpretados para fines investigativos.

#### Preguntas:

##### A. Identidad y afinidad con la institución

- ¿Se le brindo la capacitación necesaria e inducción al iniciar a laborar dentro de la institución?
- ¿Conocen sus compañeros y usted quien es su jefe directo?
- ¿Existen oportunidades para dar a conocer sus ideas y compartir las mejores prácticas de conocimientos dentro de su área laboral?
- ¿Le proporcionaron la información institucional oportuna, así como manuales para cumplir con sus funciones y responsabilidades?
- ¿Se ha tomado en cuenta su opinión, ideas o sugerencias al tomar decisiones importantes?
- La comunicación dentro de la organización es de doble vía (director-docente, docente-director)
- ¿La Dirección manifiesta sus objetivos de tal forma que permite el sentido de misión e identidad entre sus miembros?
- ¿Se sienten identificados los alumnos con la filosofía e identidad corporativa de la institución?



- ¿Cuenta el establecimiento educativo con algún documento o texto corporativo que exprese la filosofía e identidad gráfica de la institución?
  - ¿Conoce la visión y misión de la institución?
  - ¿Se identifica con los valores institucionales del establecimiento?

#### B. Canales de comunicación

- ¿Por cuál medio prefiere que dirección se comunique con usted?
  - a) Impresos
  - b) Electrónicos
  - c) Verbales
- ¿Conoce los diferentes canales de comunicación que utiliza dirección para transmitir información?
- ¿Utiliza el personal docente el uniforme correspondiente que los identifique con la institución?
- ¿Qué tipo de canal prefiere para que le transmitan la información?
  - a) Correo electrónico
  - b) Circulares
  - c) Memorándum
  - d) Tablero de anuncios
  - e) WhatsApp
- ¿La comunicación entre sus compañeros de trabajo permite el desarrollo de buenas relaciones interpersonales?
- ¿La información que recibe siempre es a través de canales formales o informales de comunicación como rumores?
- ¿Existe un buzón de sugerencia que permita generar un mecanismo de retroalimentación por parte de los usuarios?
- ¿Existen carteleras informativas?
- ¿Cuenta el establecimiento con mensajería instantánea como *WhatsApp* o similares?
- ¿Cuenta el establecimiento con medios de comunicación masiva de carácter interno?
- ¿Tiene usted una cuenta de correo institucional?
- ¿Sigue a la página oficial del colegio en Facebook?
- ¿Conocen los padres de familia, encargados y alumnos la página oficial?
- ¿Reciben capacitaciones que le permitan ampliar sus conocimientos y habilidades en su área?

#### C. Frecuencia de Uso de los Canales de Comunicación

- ¿Con cuánta frecuencia utiliza usted los canales de comunicación que tiene el establecimiento?
- ¿Qué canal utiliza dirección para comunicarse con usted?
- ¿Qué medio prefiere usar para comunicarse con compañeros de trabajo, dirección y alumnos?
  - a) Medios Impresos
  - b) Medios Electrónicos
  - c) Información cara a cara
- ¿Visita frecuentemente la página oficial de *Facebook*?



- ¿Se difunde información todas las semanas en la página oficial?
- ¿Dispone la página oficial de un manual o guía de estilo?
- ¿Existe relación entre lo que se publica en los canales digitales y otros medios de comunicación como circulares o mensajes de *WhatsApp*?

#### D. Satisfacción

- ¿Recibe en forma oportuna la información que requiere para su trabajo?
- ¿Se encuentra satisfecho con las formas de comunicación que existen dentro del establecimiento o le ha generado algún inconveniente?
- Considera efectiva la forma de comunicación a través de memorándum, circulares, reuniones informativas, correo electrónico y grupo de *WhatsApp*.
  - a. Sí
  - b. No
  - c. ¿Por qué?
- ¿Como docente/director que otra manera de transmitir la información a parte de la ya utilizada le ayudaría para mantener informados a los alumnos y a través de esos medios pueda recibir también el padre de familia la misma información?
- ¿Considera que los canales de comunicación con los que cuenta el establecimiento educativo son efectivos para informar tanto al personal docente como a padres de familia o podría mejorar?
- ¿Qué desventaja observa usted en la forma en que dirección comunica la información al personal docente y alumnos?
- Debido a que vivimos en una era de cambios tecnológicos ¿considera necesaria la implementación de otra herramienta de comunicación?

#### Observación:

---

---

---

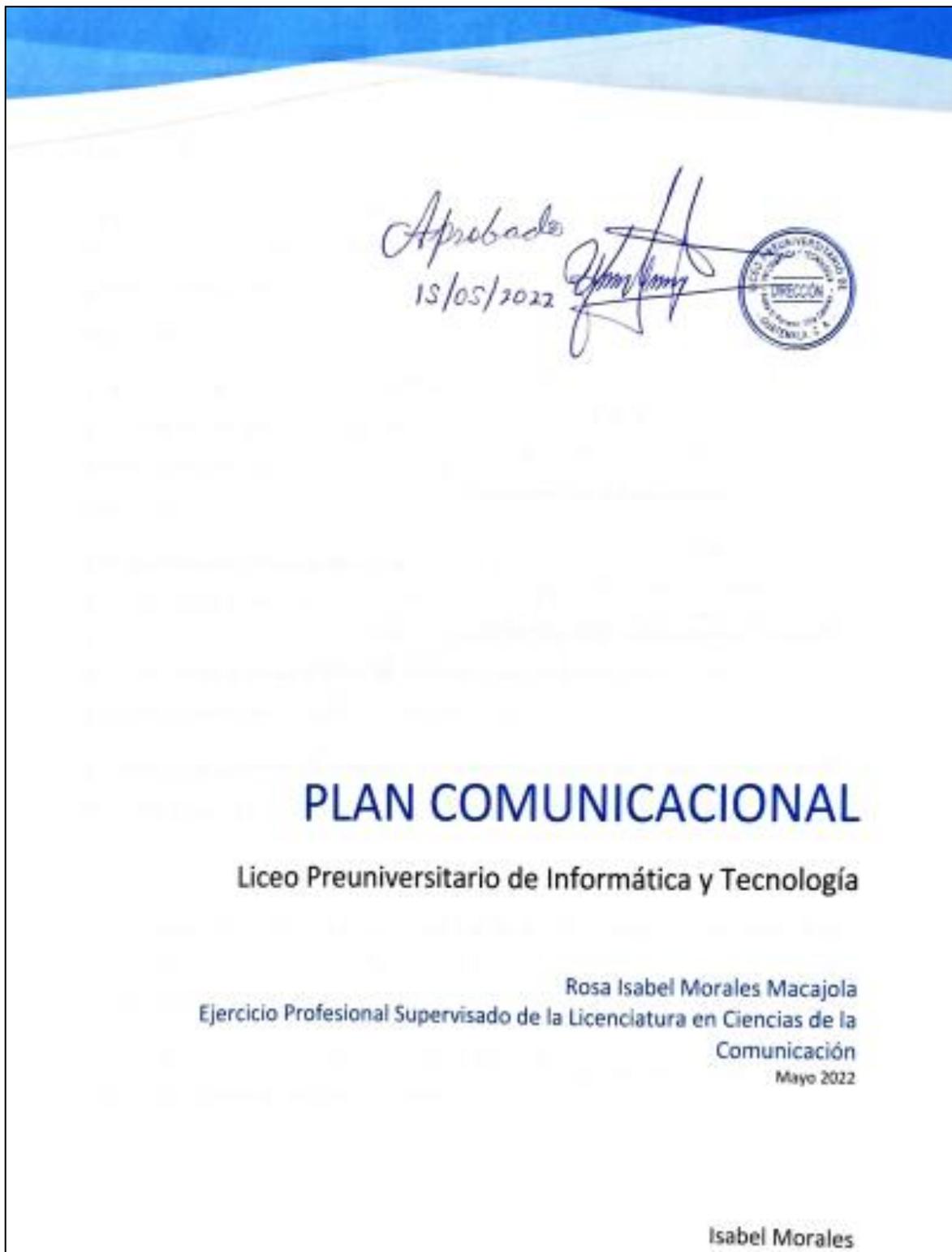
---

---

Fuente: de Microsoft Word - ANEXO I. CUESTIONARIO DE ANLISIS.doc (tdx.cat)  
<https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/10464/anexo1.pdf?sequence=21&isAllowed=y> Plan estratégico PGR 2010-2015 [https://www.academia.edu/25732508/PROCURADUR%C3%8DA\\_GENERAL\\_DE\\_LA\\_REP%C3%9ABLICA\\_CUESTIONARIO\\_DE\\_CLIMA\\_ORGANIZACIONAL](https://www.academia.edu/25732508/PROCURADUR%C3%8DA_GENERAL_DE_LA_REP%C3%9ABLICA_CUESTIONARIO_DE_CLIMA_ORGANIZACIONAL)



## Anexo F. Autorización de productos





## Anexo G. Encuesta de opinión: nuevas herramientas de comunicación interna implementadas durante los meses de julio – agosto 2022



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



### Encuesta de opinión

**Tema:** Manual de procedimientos de identidad corporativa, nuevas piezas de comunicación y promoción de la filosofía educativa.

**Dirigida a:** Personal docente y administrativo del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología.

Guatemala, 14 de agosto del 2022. Instalaciones del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología.

**Nombre:** \_\_\_\_\_ **Edad:** \_\_\_\_\_

**Área de Trabajo:** \_\_\_\_\_

**Puesto:** \_\_\_\_\_

**Tiempo de Laborar en la Institución:** \_\_\_\_\_

La presente encuesta tiene como fin recabar información sobre el grado de satisfacción y su opinión sobre las herramientas de comunicación puestas en práctica dentro de la institución. Puede marcar con una “X” su respuesta.

1. ¿Considera que el manual de procedimientos de identidad corporativa del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología le proporciona la información institucional oportuna y le brinda los datos que le permitan cumplir con sus funciones y responsabilidades?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

2. ¿En los últimos días ha utilizado alguno de los nuevos canales comunicación?



Sí \_\_\_\_\_ ¿Cuáles? \_\_\_\_\_  
No \_\_\_\_\_ ¿Por qué? \_\_\_\_\_

3. ¿Ha leído los mensajes escritos en la pizarra positiva?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

4. ¿Ha consultado la información en la cartelera?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

5. ¿Cree que el manual de procedimientos de identidad corporativa expone los objetivos del establecimiento educativo de forma clara?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

6. ¿Conoce ahora la filosofía educativa del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

7. ¿Diría usted que el manual de procedimientos de identidad corporativa del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología expresa la filosofía e identidad gráfica de la institución?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

8. ¿Ha visto publicado recientemente la visión y misión de la institución?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

9. ¿Conoce la visión y misión de la institución?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

10. ¿Conoce y se identifica con los valores institucionales del establecimiento?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_



11. ¿Qué hará para compartir el nuevo slogan con sus estudiantes?

---

---

12. ¿Considera que la cartelera informativa es una herramienta de comunicación útil para transmitir información?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

13. ¿Qué opina de la pizarra positiva?

---

---

---

14. ¿Cree que el buzón de ideas es útil para las mejoras dentro de la comunidad educativa?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

¿Por qué?

---

---

---

15. ¿Conoce cuáles son los colores institucionales que identifican al Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología?

Sí \_\_\_\_\_ ¿Cuáles? \_\_\_\_\_  
No \_\_\_\_\_

16. ¿Se encuentra satisfecho con las nuevas herramientas de comunicación que posee el establecimiento?

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

17. ¿Considera efectiva la forma de comunicación a través de la cartelera informativa, la pizarra positiva y el buzón de sugerencias?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

¿Por qué? \_\_\_\_\_

18. ¿Qué le gustaría agregar al manual de procedimientos de identidad corporativa?



---

---

---

19. ¿Ha utilizado el buzón de ideas recientemente?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

20. ¿A través de que medio se enteró de los nuevos canales de comunicación (¿cartelera informativa, pizarra positiva y buzón de ideas?

a. Verbal \_\_\_\_ b. Reunión \_\_\_\_ c. *WhatsApp* \_\_\_\_ Otro \_\_\_\_\_

21. ¿Cómo se sintió al participar en la votación para elegir la portada del manual de procedimientos de identidad corporativa?

---

---

**¡Muchas gracias por su colaboración!**



## Anexo H. Fichas técnicas autorizadas por el establecimiento educativo



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



Plan estratégico de comunicación interna para implementar la identidad visual y corporativa del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología

### Ficha técnica de vectorización del logotipo

Institución:	Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología
Fecha de elaboración:	Mayo - junio 2022

#### Especificaciones técnicas



Dimensiones:	Ancho 13.82 por Altura 17.17 centímetros
Tipografía:	Times New Roman Bold - 22 puntos

<b>Color:</b>	
 Pantone P 113 - 12 C C 84% M 22% Y 11% K 0% R 126 G 164 B 201 H 208° S 37% B 78% Hex #7EAAC9	 Pantone P 25 - 16 C C 24% M 84% Y 100% K 16% R 196 G 103 B 24 H 56° S 84% B 61% Hex #9C6718
 Pantone Black C C 100% M 100% Y 100% K 100% R 0 G 0 B 0 H 208° S 37% B 0% Hex #000000	 Pantone P 49 - 12 C C 16% M 69% Y 64% K 5% R 155 G 102 B 13 H 14° S 56% B 71% Hex #87705A

Ancho de contorno:	Trazo 3 puntos
Formatos disponibles:	Adobe ilustrador editable Adobe PDF JPG PNG

Vo.Bo.

Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología





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



Plan estratégico de comunicación interna para implementar la identidad visual y corporativa del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología

## Ficha técnica: manual de procedimientos de identidad corporativa

<b>Institución:</b>	Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología
<b>Fecha de elaboración:</b>	Mayo - agosto 2022

Especificaciones técnicas	
<b>Dimensiones:</b>	Carta. 21.59 cms por 27.94 cms.
<b>Orientación:</b>	Horizontal
<b>Formato:</b>	Windows
<b>Programas y versiones:</b>	Adobe Photoshop 2019 Adobe Ilustrador 2019
<b>Nombre del archivo</b>	Manual de procedimientos de identidad corporativa
<b>Número de páginas:</b>	Manual 86 páginas
<b>Portada:</b>	Sí
<b>Contraportada:</b>	Sí
<b>Engargolado:</b>	Sí
<b>Tapa transparente:</b>	Sí
<b>Impresión full color</b>	Sí
<b>Impresión tiro:</b>	Sí
<b>Impresión retiro:</b>	No
<b>Material de impresión:</b>	Papel bond de 120 gramos Papel fotográfico
<b>Impresión sin bordes:</b>	Sí

<b>Entrega:</b>	Rosa Isabel Morales Macajola (estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado).
<b>Recibe:</b>	

Vo.Bo.

Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología



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



**Plan estratégico de comunicación interna para implementar la identidad visual y corporativa del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología**

**Ficha técnica: visibilidad de la parte filosófica**

<b>Institución:</b>	Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología
<b>Fecha de elaboración:</b>	Junio - agosto 2022

Cantidad	Descripción	Producto	Recibido
16	Porta acrílico horizontal para pared. Tamaño A4.		Si
14	Identificadores de salones y áreas de clase. Tamaño carta, impresión full color.		Si
2	Letreros de Misión y visión.		Si
1	Rótulo primeros auxilios. Tamaño de 25.4 cm por 35.6. Material plástico. Color blanco y verde.		Si
8	Rótulo ruta de evacuación, izquierda. Tamaño mediano. Dimensiones 6 por 7 pulgadas. Color blanco y verde.		Si
1	Rótulo salida de emergencia puerta derecha. Tamaño mediano. Color blanco y verde.		Si
3	Rótulo damas. Tamaño mediano. Dimensiones 6 por 9 pulgadas. Color azul y blanco.		Si
3	Rótulo caballeros. Tamaño mediano. Dimensiones 6 por 9 pulgadas. Color azul y blanco.		Si
Material de anclaje: <i>mounting tape</i> y clavos de acero.			Si

<b>Entrega:</b>	Rosa Isabel Morales Macajola (estudiante de Ejercicio Profesional Supervisado).
<b>Recibe:</b>	

Vo.Bo.

Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología





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



Plan estratégico de comunicación interna para implementar la identidad visual y corporativa del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología

### Ficha técnica: cartelera informativa

<b>Institución:</b>	Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología
<b>Fecha de elaboración:</b>	Junio - agosto 2022

Especificaciones técnicas	
<b>Dimensiones:</b>	60 cms por 80 cms
<b>Orientación:</b>	Horizontal
<b>Material:</b>	Pizarra corcho, marco de madera
<b>Nombre:</b>	Cartelera informativa, Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología
<b>Normativo de uso:</b>	Sí
<b>Carpeta para archivo:</b>	Sí
<b>Tipo de mensaje:</b>	Informativo
<b>Ubicación:</b>	Pasillo entre secretaria y dirección
<b>Iluminación:</b>	Sí
<b>Asegurada y firme a la pared:</b>	Sí
<b>Altura del suelo por encima de los 90cms.</b>	Sí

<b>Entrega:</b>	Rosa Isabel Morales Macajola (estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado).
<b>Recibe:</b>	

Vo.Bo.



Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología



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



**Plan estratégico de comunicación interna para implementar la identidad visual y corporativa del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología**

### Ficha técnica: buzón de ideas

<b>Institución:</b>	Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología
<b>Fecha de elaboración:</b>	Junio - agosto 2022

Especificaciones técnicas	
<b>Dimensiones:</b>	5.5cms x 9.5cms
<b>Forma:</b>	Cuadrado con tapa deslizante
<b>Material:</b>	Acrílico
<b>Nombre:</b>	Buzón de ideas
<b>Normativo de uso:</b>	Sí
<b>Carpeta para archivo:</b>	Sí
<b>Tipo de mensaje:</b>	Informativo
<b>Ubicación:</b>	Pasillo entre secretaria y dirección
<b>Iluminación:</b>	Sí
<b>Asegurada y firme sobre una mesita:</b>	Sí
<b>Lapiceros y hoja para anotar la idea, opinión o sugerencia:</b>	Sí

<b>Entrega:</b>	Rosa Isabel Morales Macajola (estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado).
<b>Recibe:</b>	

Vo.Bo.

Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología



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



Plan estratégico de comunicación interna para implementar la identidad visual y corporativa del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología

### Ficha técnica: pizarra positiva

<b>Institución:</b>	Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología
<b>Fecha de elaboración:</b>	Junio - agosto 2022

Especificaciones técnicas	
<b>Dimensiones:</b>	40 cms por 60 cms
<b>Orientación:</b>	Horizontal
<b>Material:</b>	Pizarra acrílica con marco de madera
<b>Nombre:</b>	Pizarra positiva
<b>Normativo de uso:</b>	Sí
<b>Tipo de mensaje:</b>	Emotivo
<b>Ubicación:</b>	Pasillo entre secretaría y dirección
<b>Iluminación:</b>	Sí
<b>Asegurada y firme a la pared:</b>	Sí
<b>Altura del suelo por encima de los 90cms.</b>	Sí

<b>Entrega:</b>	Rosa Isabel Morales Macajola (estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado).
<b>Recibe:</b>	

Vo.Bo.

Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología





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



**Plan estratégico de comunicación interna para implementar la identidad visual y corporativa del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología**

**Ficha técnica: paquete de bienvenida/reunión de presentación**

<b>Institución:</b>	Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología
<b>Fecha de elaboración:</b>	Julio - agosto 2022

Cantidad	Descripción	Producto	Recibido
1	Libreta de 120 hojas con espiral y elástico. Paquete de bienvenida.		Si
1	Almohadilla para pizarrón. Paquete de bienvenida.		Si
1	Juego de marcadores de 4 colores para pizarra. Paquete de bienvenida.		Si
1	Tarjeta de bienvenida.		Si
15	Botellas de vidrio promocionales. Reunión de presentación del manual de procedimientos de identidad corporativa.		Si
15	Bifolios informativos. Reunión de presentación del manual de procedimientos de identidad corporativa.		Si

<b>Entrega:</b>	Rosa Isabel Morales Macajola (estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado).
<b>Recibe:</b>	

Vo.Bo.

Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología





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



Plan estratégico de comunicación interna para implementar la identidad visual y corporativa del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología

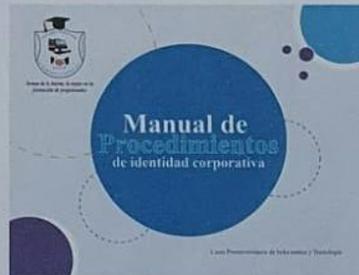
Ficha técnica: portadas/ manual de procedimientos de identidad corporativa

<b>Institución:</b>	Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología
<b>Fecha de elaboración:</b>	Mayo - agosto 2022

Especificaciones técnicas



Opción 1



Opción 2

<b>Dimensiones:</b>	21.59 por 27.94 cm
<b>Tamaño:</b>	Carta
<b>Color:</b>	Full color
<b>Tipografía:</b>	Times New Roman Bold Calvino Grande Trial
<b>Impresión:</b>	Papel fotográfico.
<b>Formatos disponibles:</b>	Adobe ilustrador editable Adobe PDF JPG
<b>Portada elegida:</b>	Opción 1

Vo.Bo.

Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología





## Anexo I. Ficha de horas de práctica

	Universidad San Carlos de Guatemala Escuela de Ciencias de la Comunicación Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2022										
<b>Registro de Horas de práctica</b>											
<b>Nombre del Alumno (a):</b>	Rosa Isabel Morales Macajola										
<b>No. Carné y DPI:</b>	201016905 - DPI: 1711556610116										
<b>Jefe o Encargado (a):</b>	Director Wilman Antonio Galindo										
<b>Institución o Empresa:</b>	Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología										
<b>Supervisor de EPSL:</b>	M.A. Marvin Sarmientos										
Sem. No.	Fechas	MES	HORAS DE PRÁCTICA							Total horas en la Semana	Actividades realizadas
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.	Dom.		
1	Del: 07/ Al: 13	Febrero	06:00	06:00	06:00	01:00	01:00	02:00	08:00	30:00	Aprobación por parte del director del Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología para elaborar el proyecto de EPS. Selección y delimitación del área a indagar. Lectura de trabajos de investigación sobre trabajos de EPS relacionados con el ámbito comunicacional en los establecimientos educativos.
2	Del: 14 / Al: 20	Febrero	02:00	02:00	02:00	02:00	02:00	02:00	08:00	20:00	Se realiza trabajo de observación en la institución. Redacción de antecedentes y datos generales de la institución. Elaboración del diagnóstico y registro de los hallazgos obtenidos dentro de la institución.



3	Del: 21 / Al: 27	Febrero	02:00	02:00	02:00	02:00	02:00	02:00	02:00	08:00	20:00	Redacción de objetivos generales y específicos. Elaboración de la metodología a ejecutar en la investigación. Redacción de cuestionario de preguntas por temas para desarrollar la entrevista a profundidad al personal docente y administrativo. Recopilación y transcripción de información para elaborar la técnica de la documentación y análisis de contenido.
4	Del: 28 / Al: 06	Febrero Marzo	02:00	02:00	02:00	02:00	02:00	02:00	02:00	08:00	20:00	Entrevistas a docentes y personal administrativo. Transcripción de respuestas obtenidas en las entrevistas. Interpretación de resultados obtenidos de las entrevistas. Creación de tabla de disensos y consensos. Elaboración del FODA comunicacional, problemas detectados, indicadores de éxito, límites y alcances. Redacción de conclusión, recopilación de referencias y anexos.
5	Del: 16 / Al: 22	Mayo	03:00		03:00		03:00	03:00	03:00	08:00	20:00	Digitalización del logotipo. Estandarización de colores corporativos. Selección de tipografía.
6	Del: 23/ Al: 29	Mayo	06:00	06:00	06:00	06:00	06:00	06:00	06:00	08:00	44:00	Unificación gráfica de los diferentes canales de comunicación. Creación de etiqueta telefónica.
7	Del: 30/ Al: 05	Mayo Junio	04:00	04:00	04:00	04:00	04:00	04:00	02:00	08:00	30:00	Diagramación, diseño y presentación de las secciones que integrarán el manual de identidad corporativa de la institución educativa.
8	Del: 06/ Al: 12	Junio		01:00	01:00	01:00	01:00	01:00	01:00	08:00	13:00	Cotización del material acrílico, pizarra, cartelera y buzón. Redacción y diagramación de las guías de uso de la pizarra positiva, cartelera informativa y buzón de ideas.



9	Del: 13/ Al: 19	Junio		01:00	01:00	01:00	01:00	01:00	08:00	13:00	Diagramación de la parte filosófica de la institución en el manual de procedimientos.
10	Del: 27/ Al: 03	Junio Julio		01:00	01:00	01:00	01:00	01:00	08:00	13:00	Diagramación de las áreas relacionadas con la marca y su presentación.
11	Del: 04/ Al: 10	Julio		01:00	01:00	01:00	01:00	01:00	08:00	13:00	Compra, elección del lugar de colocación en material acrílico la parte filosófica de la institución y señalización. Colocación de la cartelera informativa, pizarra positiva y buzón de sugerencias.
12	Del: 11/ Al: 17	Julio		01:00	01:00	01:00	01:00	01:00	08:00	13:00	Diseño de mensajes estratégicos para promover el uso de los nuevos canales de comunicación.
13	Del: 18/ Al: 24	Julio		01:00	01:00	01:00	01:00	01:00	08:00	13:00	Recopilación de la información para la inducción. Desglose de las funciones y responsabilidades docentes. Compilación de documentos académicos utilizados en el proceso educativo.
14	Del: 25/ Al: 31	Julio			01:00	01:00	01:00	01:00	08:00	12:00	Selección de los elementos que conformarán el paquete de bienvenida que se les brindará a los colaboradores. Presentación a dirección para la aprobación del paquete de bienvenida.



15	Del: 25/ Al: 31	Julio			01:00	01:00	01:00	01:00	08:00	12:00	Diseño de portadas para el manual de procedimientos de identidad corporativa.
16	Del: 01/ Al: 07	Agosto			01:00	01:00	01:00	01:00	08:00	12:00	Creación de formulario de votación para elegir la portada favorita. Diseños para promocionar la convocatoria de votación, distribución del formulario de votación a cada docente del establecimiento.
17	Del: 08/ Al: 14	Agosto							02:00	2:00	Reunión de presentación del manual de procedimientos de identidad corporativa, explicación de su forma de ejecución y actividades de retroalimentación con el personal docente, administrativo y dirección del establecimiento.
<b>TOTAL DE HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS</b>										300 hrs.	

(f)    
Nombre, firma y sello) o Encargado

(f) \_\_\_\_\_  
Nombre Supervisor – Supervisor EPSL



## Anexo J. Carta e informe de antiplagio

Guatemala, 23 de octubre de 2022

A quien corresponda:

Yo Rosa Isabel Morales Macajola estudiante del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala, con número de registro académico 201016905 y CUI 1711556610116, hago constar que realicé la revisión de anti-plagio del informe final titulado: **Diagnóstico y ejecución del plan de comunicación interna en el Liceo Preuniversitario de Informática y Tecnología, aldea El Porvenir, Villa Canales**, con el programa *Plagiarism-Detector* determinando los siguientes parámetros:

- |                 |             |
|-----------------|-------------|
| a) Plagio       | 1%          |
| b) Originalidad | 97.86%      |
| c) Referencias  | 1.14%       |
| <b>Total</b>    | <b>100%</b> |

A continuación, se detallan las imágenes con el resultado obtenido del documento verificado.

Rosa Isabel Morales Macajola

Registro académico 201016905

CUI 1711556610116

Análisis detallado del cuerpo del documento:

Tabla de relaciones:

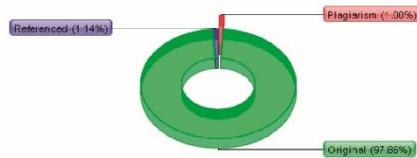


Gráfico de distribución:



Wikipedia:	Libros de Google:	Servicios de escritura fantasma:	Anti-trampa:
[no detectado]	[no detectado]	[no detectado]	[no detectado]

**¡Los resultados están listos!**

Informes generados: haga clic una vez para ver detalles breves, haga doble clic para ver un análisis detallado.

Cargar opciones por defecto:  Comparar libro de tipo:  Fecha:  Filtrar por fecha: domingo, 23 de octubre de 2022  Agregar al nombre del informe

2 lista de 2

Diagrama:	can.	Fecha:	ver:	Nombre del documento verificado:	Comprobar:	Plagio%:	% Original:	% Colgado:	# de
	0	2022.10.23	1991	INFORME_FINAL_IDOSA ISABEL MG	Internet	1	97.9	1.1	
	1	2022.10.21	1991	INFORME_FINAL_ROSA ISABEL MG	Internet	1	97.9	1.1	



Tipo de chequeo seleccionado:  
**Control de internet**

No.:	Título:	Talla:	Detalles:
1	INFORME FINAL_ROSA ISABEL MORALES MACAJOLA.pdf	19.1MB	Verificación completada Ok. Nivel de plagio detectado 1%

Verifique el monitor de progreso:

Hora: 00:00:41	Progreso total:	
T: 00:00:00	Doc. Actual Progreso:	
Progreso de las sondas de: 208/208		
Progreso de recursos: 77/77		

Gráfico de distribución de plagio de documentos

Lista de procesamiento de recursos detallados

Terminar chequeo

Lista...

Recursos de recursos de tiempo agotado: 00  
Tamaño de caché de disco: 102

Versión personal de la aplicación: 196  
Sistema: x64 net: v4.0.30319

Usar

Mostrar criterio