

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO



**“DIAGNÓSTICO Y PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA LA
ESCUELA OFICIAL URBANA MIXTA N0. 42, AGUSTIN MENCOS
FRANCO J.V. - COLONIA BETHANIA, ZONA 7, GUATEMALA”**

LESBIA MARITZA LÓPEZ RODRÍGUEZ

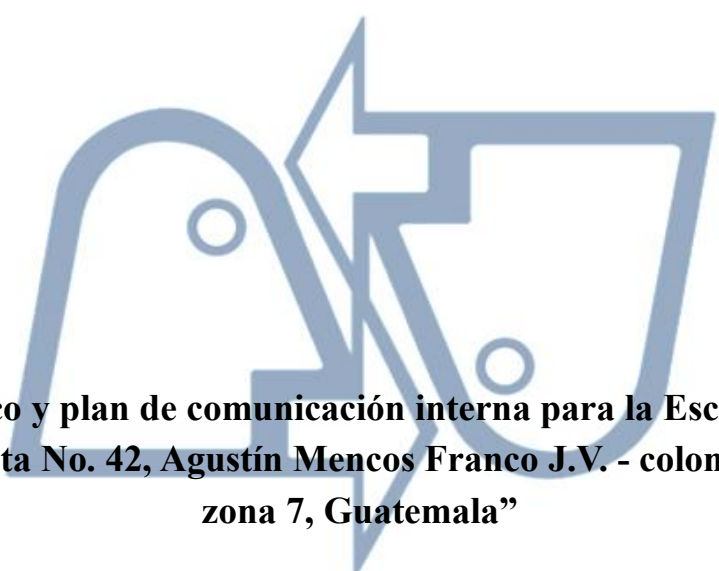
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN GUATEMALA

OCTUBRE 2024

Universidad de San Carlos de Guatemala

Escuela de Ciencias de La Comunicación

Ejercicio Profesional Supervisado



“Diagnóstico y plan de comunicación interna para la Escuela Oficial Urbana Mixta No. 42, Agustín Mencos Franco J.V. - colonia Bethania, zona 7, Guatemala”

Comunicación
creando futuro

Presentado por:

Lesbia Maritza López Rodríguez

Previo a optar el título de:

Licenciada en Ciencias de La Comunicación

Asesora:

Brenda Yanira Chacón

Guatemala, octubre 2024

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

Directora

M.A. Silvia Regina Miranda López

Consejo Directivo Representantes Docentes

Dr. Herbert Estuardo Díaz Tobar

Representantes Estudiantiles

Oscar Eduardo García Orantes

Elvis Enrique Ramírez Mérida **Representante de Egresados**

M.Sc. Ana Cecilia del Rosario Andrade de Fuentes

Secretario

M.A. Héctor Arnoldo Salvatierra

Comisión de EPS de Licenciatura

Coordinador

M.A Luis Arturo Pedroza Gaytán

Supervisoras

M.A. Evelin Hernández Mazariegos
Licda. Brenda Yanira Chacón Arévalo
Licda. Krista María Ramírez Nájera

Supervisores

M.A. Marvin Sarmientos Yuman
Lic. Luis Fernando Lucero
Lic. Alejandro Solares
Lic. Brayan Torres
Lic. Jonathan Mejía



Guatemala 22 de octubre 2024

Estudiante de EPS de Licenciatura
Lesbia Maritza López Rodríguez
Registro académico: 9711636
Presente.

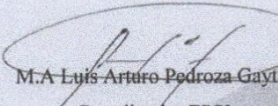
Para su conocimiento y efectos se hace constar que:

Después de evaluar su trabajo académico de forma digital titulado “**DIAGNÓSTICO Y PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA LA ESCUELA OFICIAL URBANA MIXTA NO. 42, AGUSTÍN MENCOS FRANCO J.V. - COLONIA BETHANIA, ZONA 7, GUATEMALA**” 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.

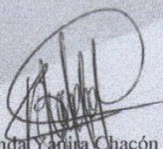
Por tanto, se autoriza el trabajo final en el acta de cierre respectiva y su entrega de forma digital en un total de (5) ejemplares en CD's con el documento incluido en formato PDF, los cuales deberá entregar una copia a la Institución o Empresa donde realizó su EPS, una copia para su trámite de colegiado 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,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”


M.A. Luis Arturo Pedroza Gaytán
Coordinador EPSL




Leda. Brenda Yanina Chacón Arévalo
Docente Supervisor



Guatemala, 28 de febrero 2024

COORDEPSL02-2024

Directora Sandra Celina Morales Tejada de Cáceres
E.O.U.M. No. 42 Agustín Mencos Franco J.V.
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: **Lesbia Maritza López Rodríguez** con número de registro académico **9711636** y carné **1940873600101** quien manifestó el deseo de realizar su práctica profesional en la institución que usted representa y para tal efecto se requiere lo siguiente:

1. Extender una carta de aceptación en papel membretado, firmado y sellado.
2. Proporcionar apoyo al/la estudiante en lo referente a proveer información y autorización para actividades propias del programa.
3. Asignar a un representante que labore en la empresa/institución como responsable directo del/la estudiante practicante.
4. 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).
5. 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).
6. Autorizar que se supervise la práctica profesional por parte de los docentes supervisores.

Atentamente,

"ID Y ENSEÑAR A TODOS"




M.A. Luis Pedroza

Coordinador EPS de Licenciatura

Cel. 42178224 / 55028866

Escuela Oficial Urbana Mixta:
"Agustín Mencos Franco"

Jornada Vespertina.
33 Av. 24-31 Col. Bethania zona 7
Tel: 24367011



Guatemala, 23 de febrero de 2024

M. A. Luis Pedroza
Coordinador - EPS -
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado M.A. Pedroza:

Reciba un cordial saludo de equipo de trabajo de la Escuela Oficial Urbana Mixta No. 42 Agustín Mencos Franco. Jornada Vespertina.

El motivo del presente es para informarle que la Escuela Oficial Urbana Mixta No. 42 Agustín Mencos Franco, con motivo de coadyuvar en el desarrollo educativo de los jóvenes, niñas y niños de Guatemala y en atención a la petición ingresada en donde se solicita que la estudiante LESBIA MARITZA LOPEZ RODRIGUEZ, quien previo a obtener el título a nivel Universitario, debe realizar un período de Ejercicio Profesional Supervisado - EPS_, a partir del mes de febrero de 2024.

En tal sentido la Escuela Oficial Urbana Mixta No. 42 Agustín Mencos Franco, autoriza a la estudiante LESBIA MARITZA LOPEZ RODRIGUEZ, realizar -EPS-, en esta institución, se agradece tomar en cuenta que deberá regirse por las reglas y normas establecidas para el personal que ejerza funciones administrativas en esta dependencia.

Sin otro particular:

ATENTAMENTE:

F: 
Profa. Sandra Celina Morales Tejada
DIRECTORA DEL ESTABLECIMIENTO.



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

Dedicatoria

A Dios: Por la vida, el trabajo, la salud y las bendiciones que me ha dado cada día.

A mi padre: porque me ha enseñado el valor del trabajo.

A mi madre: por el apoyo incondicional que me ha dado en este largo proceso, me ha enseñado que debo de esforzarme por alcanzar mis metas.

A mis hermanos: Claudio, Vilma y Klehybim por darme los ánimos necesarios para poder culminar mi carrera.

A mis sobrinos: Annia, Keilly, Aaron, Bastian y Dominick por su apoyo, su cariño y su confianza.

A mis cuñados: por su cariño, su apoyo y darme las palabras necesarias en cada momento.

A mis tíos: porque han creído en mí.

A mis compañeras de trabajo: por ese apoyo incondicional.

A la directora: Sandra Celina Morales Tejada de Cáceres por darme la oportunidad de realizar este proyecto en el establecimiento y su gran apoyo para poder culminar esta parte de mi vida académica.

A mi asesora Licenciada Brenda Chacón: por el apoyo, guía, motivación que me dio para culminar mi carrera, es una excelente catedrática, la admiro por la vocación y entrega en su trabajo.

A todos mis maestra y maestro: desde la primaria hasta diversificado, los cuales siempre me dieron las palabras necesarias para que pudiera culminar mis estudios.

Agradecimiento

A Dios: principalmente por la vida y todas aquellas bendiciones recibidas a lo largo de esta vida terrenal.

A la Universidad de San Carlos de Guatemala: por ser una casa de gran gama de conocimientos y darme la oportunidad de estudiar todos estos años.

A la Escuela de Ciencias de la Comunicación: por prepararme como profesional.

A todos los catedráticos y catedráticas de la Escuela de Ciencias de la Comunicación: porque me han enseñado que si se puede lograr alcanzar las metas deseadas e impartir conocimientos de calidad.

A la Escuela Oficial Urbana Mixta No. 42 Agustín Mencos Franco: por la oportunidad de realizar las practicas supervisadas de EPS y las actividades que se llevaron a cabo.

A la coordinación y supervisores de EPS 2024: por su asesoría a lo largo del proyecto.

Índice

Contenido

Índice de tablas	i
Índice de figuras	iii
Introducción	v
Justificación	vii
Antecedentes	viii
Capítulo 1	1
1 Diagnóstico de Comunicación	1
1.1 La institución	1
1.2 Perfil Institucional.....	1
1.3 Ubicación geográfica	1
1.4 Origen e historia	1
1.5 Integración y alianzas estratégicas	2
1.6 Departamentos o dependencias de la institución.....	2
1.6.1 Comisión de finanzas.....	2
1.6.2 Comisión de refacción	2
1.6.3 Comisión de disciplina.....	3
1.6.4 Comisión de evaluación	3
1.6.5 Comisión de higiene y ornato.....	3
1.6.6 Comisión de cultura	3
1.6.7 Organización de Padres de Familia OPF	3
1.6.8 Gratuidad.....	3
1.7 Organigrama de la institución	4
1.8 Misión del Ministerio de Educación	4
1.9 Visión del Ministerio de Educación	4
1.10 Objetivo institucionales del Ministerio de Educación	5
1.11 Público objetivo	5
1.12 Diagnóstico	5
1.12.1 Pregunta de investigación	6
1.12.2 Objetivo general.....	6
1.12.3 Objetivos específicos	6

1.13 Metodología	6
1.13.1 Descripción del método.....	7
1.13.2 Técnicas e instrumentos de recolección.....	8
1.13.2.1 Observación.....	9
1.13.2.2 La entrevista	9
1.13.2.3 La documentación	10
1.13.3 Interpretación de los resultados.....	11
1.13.3.1 Resultado de la entrevista	11
1.13.3.2 Análisis de las preguntas.....	14
1.14 FODA comunicacional	15
1.15 Problemas detectados.....	16
1.16 Planteamiento del problema comunicacional	17
1.17 Indicadores de éxito.....	17
1.18 Limites y alcances de la comunicación	17
1.18.1 Limites	17
1.18.2 Alcances	18
1.19 Cronograma del diagnóstico.....	18
1.20 Proyecto a desarrollar	19
Capítulo 2.....	20
2. Plan estratégico de comunicación.....	20
2.1 Plan de comunicación	20
2.2 Elementos comunicacionales	20
2.2.1 Los elementos que intervienen en la comunicación.....	21
2.3 Objetivos del plan de comunicación	23
2.3.1 Objetivo general	23
2.3.2 Objetivos específicos.....	23
2.4 Estrategia.....	23
2.5 Actividades o acciones de la estrategia	24
2.6 Público objetivo.....	25
2.6.1 Demográfico	25
2.6.2 Socioeconómico	25
2.6.3 Psicográfico.....	26
2.7 Mensaje clave.....	26

2.8 Indicadores de las acciones	26
2.9 Recurso humano	28
2.10 Financiamiento y presupuesto	28
2.10.1 Financiamiento	28
2.10.2 Presupuesto	28
2.10.3 Material promocional.....	31
2.11 Beneficiarios	35
2.12. Área geográfica de acción.....	35
2.13 Cuadro operativo de la estrategia	36
2.14 Cronograma del plan de comunicación	39
Capítulo 3.....	40
Ejecución del plan de comunicación	40
3 Informe de ejecución	40
3.1 Nombre de la acción de comunicación 1	40
3.1.1 Objetivo	40
3.1.2 Medio utilizado	40
3.1.3 Presupuesto Utilizado	40
3.1.4 Resultado obtenidos o esperados	40
3.1.5 Evidencia del material	41
3.2 Nombre de la acción de comunicación 2	43
3.2.1 Objetivo	43
3.2.2 Medio utilizado	43
3.2.3 Presupuesto utilizado	43
3.2.4 Resultados obtenidos o esperados	43
3.2.5 Evidencia del material	44
3.3 Nombre de la acción de comunicación 3	45
3.3.1 Objetivo	45
3.3.2 Medio utilizado	45
3.3.3 Presupuesto utilizado	45
3.3.4 Resultados obtenidos	45
3.3.5 Evidencia del material	45
3.4 Nombre de la acción 4	48
3.4.1 Objetivo	48

3.4.2 Medio utilizado	48
3.4.3 Presupuesto utilizado	48
3.4.4 Resultado obtenidos	49
3.4.5 Evidencia del material	49
3.5 Cronograma	51
Conclusiones.....	52
Recomendaciones.....	53
Bibliografía	54
Anexos	56

Índice de tablas

Tabla 1 Tipos de Entrevistas.....	9
Tabla 2 Entrevistas realizadas.....	10
Tabla 3 Resultado de la entrevista	11
Tabla 4 Entrevista a la directora	13
Tabla 5 Indicador de la acción 1	26
Tabla 6 Indicador de la acción2.....	26
Tabla 7 Indicador de la acción 3	27
Tabla 8 indicador de la acción 4	27
Tabla 9 Indicador para la acción 5.....	27
Tabla 10 Indicador para la acción 6.....	28
Tabla 11 Presupuesto de actividades para el primer objetivo del plan de comunicación	29
Tabla 12 Presupuesto para el objetivo 2 del plan de comunicación	29
Tabla 13 Presupuesto para el objetivo 3 del plan de comunicación	30
Tabla 14 Cuadro operativo para Fortalecer la filosofía empresarial.....	36
Tabla 15Cuadro operativo para fortalecer las relaciones laborales	36
Tabla 16 Cuadro operativo para interiorizar el sentido de pertenencia	37
Tabla 17 Cuadro operativo cultura de pertenencia	38
Tabla 18 Guía de observación.	65
Tabla 19 Públicos.....	65
Tabla 20 Identidad visual.....	65
Tabla 21 Ecosistema digital.....	66
Tabla 22 Elementos materiales/tangibles.....	66
Tabla 23 Nivel estratégico	67
Tabla 24 Gestión de la comunicación interna.....	67
Tabla 25 Tonos de los mensajes a lo interno	68
Tabla 26 Ruidos y barreras	68
Tabla 27 Clima laboral y cultural organizacional.....	68
Tabla 28 Ámbito de comunicación externa	69
Tabla 29 Ámbito de responsabilidad social empresaria	69

Tabla 30 Manejo de crisis.....	70
--------------------------------	----

Índice de figuras

Ilustración 1 Organigrama de la institución.....	4
Ilustración 2 Diferencia entre método y técnica	10
Ilustración 3 FODA	16
Ilustración 4 Elementos de la comunicación	22
Ilustración 5 cuadro comparativo de las actividades	25
Ilustración 6 Diseño taza con logotipo	31
Ilustración 7 Diseño lapicero con logo y eslogan.....	31
Ilustración 8 diseño de llavero.....	31
Ilustración 9 blusa con logotipo.....	32
Ilustración 10 medalla de reconocimiento para maestras	32
Ilustración 11 boceto del trifoliar parte delantera.....	33
Ilustración 12 parte trasera del bifoliar	33
Ilustración 13 boceto de la pancarta	34
Ilustración 14 boceto del estandarte	34
Ilustración 15 boceto de agenda	35
Ilustración 16 Organigrama de la escuela.....	41
Ilustración 17 Misión del MINEDUC	41
Ilustración 18 Visión del MINEDUC	42
Ilustración 19 Parte trasera del bifoliar.....	42
Ilustración 20 Parte delantera del bifoliar.....	42
Ilustración 21 Charla motivacional.....	44
Ilustración 22 Almuerzo de convivencia	44
Ilustración 23 llavero, agenda, vaso con logo de la escuela	45
Ilustración 24 lapicero con logo de la escuela.....	46
Ilustración 25 blusa típica con logo de la escuela	46
Ilustración 26 Medalla de reconocimiento	47
Ilustración 27 Pin de reconocimiento	47
Ilustración 28 Playera con logo	48
Ilustración 29 Pancarta de la escuela.....	49

Ilustración 30 Estandarte de la escuela.....	50
Ilustración 31 cronograma	51
Ilustración 32 Acto de inauguración del ciclo escolar 2024	56
Ilustración 33 Entrega de alimentos a padres de familia	56
Ilustración 34 instalaciones	57
Ilustración 35 Patio techado	57
Ilustración 36 Aula de preparatoria	58
Ilustración 37 Aula.....	58
Ilustración 38 Maestras en el desfile	59
Ilustración 39 Maestras en actividad cívica.....	59
Ilustración 40 Cocinera.....	60
Ilustración 41 Maestra de cuarto grado	60
Ilustración 42 Maestra tercer grado.....	61
Ilustración 43 Directora	61
Ilustración 44 Conserje	62
Ilustración 45 Maestra primer grado	62
Ilustración 46 Abigail Rodas.....	63
Ilustración 47 Claudia Castillo	63
Ilustración 48 Rebeca Melchor	64
Ilustración 49 Informe de plagio	72
Ilustración 50 Informe de plagio	73
Ilustración 51 Primer hoja de hora de practicas.....	74
Ilustración 52 Segunda hoja de horas de práctica	74
Ilustración 53 Tercer hoja de horas de práctica	75

Introducción

La comunicación es un elemento fundamental en todas actividades humanas y juega un papel crucial en el funcionamiento de cualquier organización social. Para que el proceso sea efectivo, es esencial que el mensaje se transmita de manera clara, utilizando un tono de voz adecuado y un lenguaje corporal coherente, lo que permite alcanzar el éxito colectivo.

En el ámbito organizacional, se pueden identificar dos tipos de comunicación: la interna y la externa. Cada una de ellas cuenta con sus propios procesos, que facilitan el intercambio de mensajes entre el emisor (como un jefe), el receptor (empleado o público) así como todo el proceso comunicativo involucrado.

Por tal motivo, este trabajo se centró en el desarrollo de un diagnóstico y plan de comunicación interna para la Escuela Oficial Urbana Mixta No. 42 Agustín Mencos Franco. Para llevar a cabo este proyecto se elaboró un cronograma que optimizó el tiempo disponible y facilitó la implementación de las distintas etapas.

La primera fase de este estudio fue el diagnóstico, Frances (2010) lo destaca como una fase crucial para recopilar información, diseñar estrategias y elaborar un plan de acción, este proceso implica analizar y contrastar los datos con un modelo de calidad para tomar las medidas necesarias.

Para alcanzar los objetivos de la fase diagnóstica, se empleó una metodología cualitativa, descriptiva y evaluativa, utilizando diversas técnicas de recolección de datos, como la observación, las entrevistas y la revisión documental. En su conjunto estas técnicas permitieron detectar deficiencias en el proceso. Los hallazgos de esta etapa revelaron varios problemas de comunicación, tales como la falta de identidad visual, la necesidad de reforzar la cultura organizacional, el fortalecimiento del clima laboral y la mejora de la identidad corporativa.

A partir de lo anterior, se elaboró un plan de comunicación que busca fortalecer la comunicación interna, cumpliendo con los siguientes objetivos: visibilizar la identidad corporativa, reforzar las relaciones laborales e interiorizar el sentido de pertenencia. Para ello, se plantean diversas tácticas como capacitaciones, visibilización de la misión, visión y

organigrama del plantel, así como convivencias entre compañeros realizando almuerzos. Además, se propuso la creación de un estandarte con su asta, pancarta y la distribución de agendas, lapiceros, vasos, llaveros, playeras, pines y medallas.

Justificación

Toda institución pública necesita mantener un buen flujo de comunicación con el objetivo de crecer y mejorar los servicios que brinda. Para lograrlo se debe implementar estrategias que, encaminadas de una forma adecuada darán buenos resultados.

La E.O.U.M. No. 42 Agustín Mencos Franco pertenece al Ministerio de Educación una entidad del Estado, por lo que al conocer la debilidad de la comunicación que en ella se genera, constituye una oportunidad de elaborar un plan comunicacional que ayude a mejorarla.

Un elemento importante de la situación de comunicación en la organización en la que se debe trabajar es la identificación de los actores individuales y colectivos que se identifiquen en la organización y en su contexto.

Todo proceso de cambio inicia con el reconocimiento de la situación de la organización, y por ello fue de vital importancia realizar el diagnóstico a través de la observación, la entrevista y la documentación, ayudando a elegir las estrategias que se utilizaran para resolver la problemática.

Como profesionales de la Escuela de Ciencias de la Comunicación es importante devolver a la sociedad, un poco del conocimiento que se ha adquirido durante el proceso de formación académica, e indicar la importancia que tiene la comunicación en una identidad y como los mensajes bien elaborados pueden beneficiar el trabajo que se realiza.

(Interiano, 2018) Indica que, a través de la historia, la humanidad ha creado diferentes mecanismos para cohesionar a los individuos.

Antecedentes

La Escuela Agustín Mencos Franco está funcionando desde el año 1946, pero por error administrativo hasta en el año 2004 no contaban con un documento legal que autorizara su funcionamiento, contando con partida presupuestaria 008301-EE-01—0043-11-12-01-000-001-011-11 con un total de 13 puestos, según su nómina del Ministerio de Finanzas por lo que se hace necesario emitir la RESOLUCION No. 390-2005-A.F. del Ministerio de Educación el 6 de julio 2005.

Estudiante de la Facultad de Humanidades de la Universidad de San Carlos de Guatemala presentó su Ejercicio Profesional Supervisado en la escuela, con el título “Modulo de valores dirigido a los niños y las niñas de primero primaria y segundo primaria de la Escuela Oficial Urbana Mixta No. 42 Agustín Mencos Franco”, Pú Graciela (2017). el propósito fue enseñar de forma innovadora los valores morales, personales y sociales para practicarlos en su vida cotidiana.

En la institución no se hallaron evidencia de trabajos previos sobre comunicación interna. No obstante, una revisión de EPS de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de San Carlos de Guatemala se encontró el trabajo de Ramírez Glenda (2017), denominada “Estrategias para fortalecer la comunicación externa en el Instituto Bethania”, este estudio que adoptó un enfoque metodológico inductivo-deductivo, tenía como fin desarrollar una estrategia comunicativa que mejorara la comunicación externa del instituto. Se identificaron los siguientes problemas: el uso ineficaz del sitio web, la ausencia de campañas publicitarias y la solicitud de un formato estandarizado para la solicitud de citas. El proyecto propuso la adopción de herramientas digitales que resultaron en una mejora de la imagen institucional y un incremento en su visibilidad ante el público mediante diversas tácticas.

El profesional Chalí Jorge (2018) presentó un proyecto de EPS titulado “Plan de comunicación para el fortalecimiento del proceso comunicativo de la Escuela Oficial Urbana para Niñas No. 58 Panamericana”. Este trabajo tuvo como objetivo mejorar la comunicación dentro de la comunidad educativa, promoviendo una mayor interacción entre docentes, directora, estudiantes y padres de familia. A través de un enfoque mixto cuantitativo-cualitativo y utilizando el método inductivo, se propusieron soluciones a los desafíos

comunicativos existentes. Entre las estrategias implementadas se incluyeron la creación de un buzón de sugerencias, el reconocimiento a docentes y la instalación de cartelera informativa, buscando con ello erradicar las barreras de comunicación y fomentar un ambiente educativo más integrado y efectivo.

Capítulo 1

1 Diagnóstico de Comunicación

1.1 La institución

Escuela Oficial Urbana Mixta No. 42 Agustín Mencos Franco

1.2 Perfil Institucional

Escuela Oficial Urbana Mixta No. 42 Agustín Mencos Franco es un centro educativo que pertenece al Ministerio de educación que tiene como finalidad facilitar que los estudiantes construyan aprendizajes pertinentes a su contexto sociocultural y relevantes al desarrollo psicobiosocial.

1.3 Ubicación geográfica

Se encuentra ubicada en la 33 ave 24-31 Colonia Bethania zona 7 de la ciudad capital de Guatemala.

1.4 Origen e historia

La Escuela Oficial Urbana Mixta No. 42 Agustín Mencos Franco, fue fundada según acuerdo ministerial No. 470 en la ciudad de Guatemala, el 2 de agosto de 1946, ubicada en la 14 calle casa No. 12-62 zona 3 Barrio El Gallito, constando con el siguiente claustro de docentes: Graciela Leerayes, Julia Ninette Figueroa, Estela Palma, Aura Leticia Sanabria, Hortensia Lara y Otilia García profesora de Educación Física.

La escuela fue fundada para que estudiaran solo niñas. En 1946 la escuela contaba con 100 alumnas inscritas, en la jornada vespertina, llevando el nombre de la Escuela Nacional de Niñas No. 42 Agustín Mencos Franco.

El establecimiento sufrió 4 traslados, siendo el primero en 1961, ubicada en la Avenida Elena 15-00 zona 3, el segundo traslado fue en el año 1974, ubicándose en la 14 calle y 1º. Avenida “A” de la zona 1, en 1983 se trasladó por tercera vez a la 9ª. Calle 3-19 zona 1.

En octubre de 1993 el centro educativo fue trasladado por cuarta y última vez, lugar donde se encuentra actualmente, siendo la primera vez que cuenta con edificio propio, pues desde su fundación había estado en casas particulares que eran alquiladas por el MINEDUC.

En 1985 se realizó la gestión a nivel supervisión para que se convirtiera en Escuela Mixta, pues se contaba con poca población escolar. En ese año se inscribieron aproximadamente los primeros 20 varones.

En 1996, se creó la música y la letra del Himno a la Escuela Agustín Mencos Franco, gracias a la colaboración de la profesora de música Carmen de Rendón, autora de la música y la letra. Se cantó por primera vez en agosto del mismo año para las bodas de oro de la escuela. El profesor Francisco Manuel García Guerra, modificó y enseñó el himno a los alumnos.

1.5 Integración y alianzas estratégicas

La Escuela Agustín Mencos Franco depende directamente del Ministerio de Educación (MINEDUC), quien es el encargado de pagar el sueldo de los docentes, brinda recursos para la refacción escolar, útiles escolares, libros de texto a los alumnos. Los padres de familia aportan una donación única en el año para el mantenimiento del centro educativo.

1.6 Departamentos o dependencias de la institución

Con el fin de mejorar la atención a los alumnos dentro de la escuela, existen diferentes comisiones que son dirigidas por los maestros asignados por la directora del establecimiento.

1.6.1 Comisión de finanzas

Es la encargada de velar por el buen manejo de los fondos económicos del establecimiento, estos son: donación voluntaria anual de los padres de familia, ingresos y egresos del pago de tienda escolar.

1.6.2 Comisión de refacción

Vela por los menús diarios y la calidad de los alimentos que reciben los niños, estos fondos con que se realiza los almuerzos de los alumnos son otorgados por ministerio de educación a través de las Organización de Padres de Familia (OPF).

1.6.3 Comisión de disciplina

Es el ente encargado de liderar acciones orientadas al buen comportamiento de los estudiantes dentro del establecimiento, bajo el reglamento disciplinario del Ministerio de Educación.

1.6.4 Comisión de evaluación

Encargad de revisar la planificación bimensual de contenidos de los docentes, así como el de las comisiones, también de revisar y corregir las evaluaciones.

1.6.5 Comisión de higiene y ornato

Vela porque las instalaciones se mantengan limpias y adornar para cada actividad que se realice en el centro educativo.

1.6.6 Comisión de cultura

Se encarga de llevar el acto protocolario de cada actividad a realizar.

1.6.7 Organización de Padres de Familia OPF

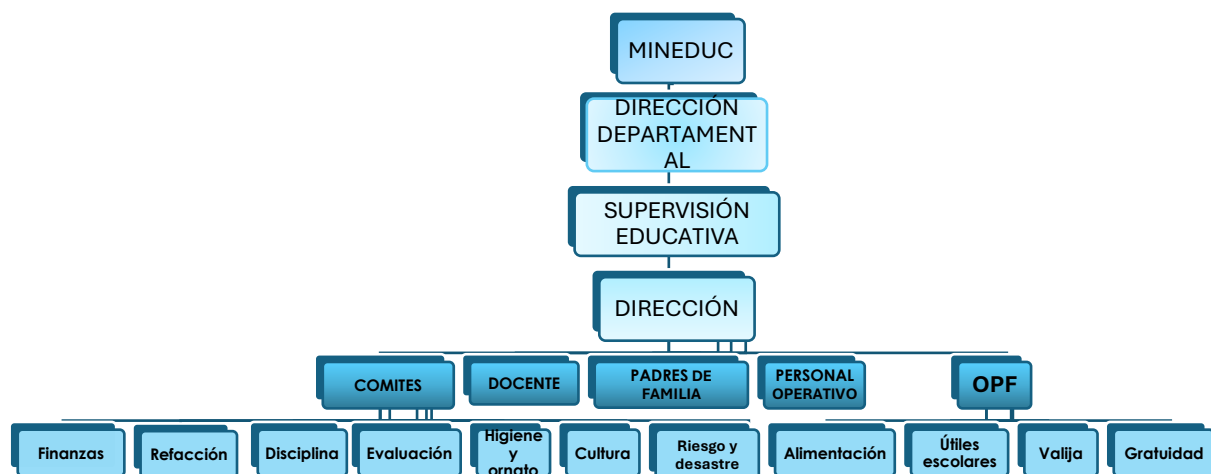
Esta organización es elegida cada cuatro años, integradas por padres de familia quienes manejan los fondos que da el MINEDUC para la compra de alimentos, útiles escolares a los niños y valijas didácticas para los maestros, antes se llamaba Junta Escolar.

1.6.8 Gratuidad

El ministerio de educación proporciona determinada cantidad de recursos para el mantenimiento de los centros educativos y es la directora por el buen uso que se le dé a estos fondos.

1.7 Organigrama de la institución

Ilustración 1 Organigrama de la institución



Fuente de elaboración propia

1.8 Misión del Ministerio de Educación

Somos una institución evolutiva, organizada, eficiente y eficaz, generadora de oportunidades de enseñanza-aprendizaje, orientada a resultados, que aprovecha diligentemente las oportunidades que el siglo XXI le brinda y comprometida con una Guatemala mejor.

La institución no cuenta con misión propia.

1.9 Visión del Ministerio de Educación

Formar ciudadanos con carácter, capaces de aprender por sí mismos, orgullosos de ser guatemaltecos, empeñados en conseguir su desarrollo integral, con principios, valores y convicciones que fundamentan su conducta.

La institución no cuenta con visión propia.

1.10 Objetivo institucionales del Ministerio de Educación

Facilitar que los estudiantes construyan aprendizajes pertinentes a su contexto sociocultural y relevantes al desarrollo psicosocial.

La institución no cuenta con objetivos propios.

1.11 Público objetivo

El público objetivo es un grupo de personas que reúne las características generales a las cuales se les brinda el servicio, se puede definir a través de datos demográficos como la edad, sexo y nivel socioeconómico.

La institución está dirigida a niños entre 5 años y medio a 13 años de las colonias cercanas del sector Bethania, El Esfuerzo, Las Torres, El cerrito, María Teresa Caballeros, Sakerty, Amparo, Granizo, Josué 1-9.

1.12 Diagnóstico

El por qué es importante un diagnóstico en la comunicación en una empresa o institución, se debe al cambio o mejora que se quiere hacer de ella, para obtener un balance entre la comunicación externa e interna debido a la percepción que tienen las personas.

Al ejercicio de conocimiento de la realidad de una institución, organización, grupo social o comunidad se le llama diagnóstico, paso en el que se ve que alternativas de proyección se pueden realizar, permitiendo un cambio de esa realidad ofreciendo estrategias para alcanzar los objetivos deseados.

La perspectiva comunicativa que reconoce el potencial inherente en cada individuo es para adaptarse y prosperar en su entorno. Prieto (1985) argumenta que la comunicación promueve la interacción y el intercambio de conocimientos dando a las personas las herramientas adecuadas para que puedan aplicar sus conocimientos y habilidades de manera efectiva, así que la comunicación es un proceso continuo que se nutre de la experiencia personal y colectiva, que facilita la mediación para conectar el conocimiento a la acción.

La realización de un diagnóstico organizacional es un proceso crítico que permite a las empresas y organizaciones información valiosa para la toma de decisiones estratégicas.

Frances (2001) refiere que este proceso implica la recolección y análisis de datos para identificar áreas de mejora y oportunidades de crecimiento. Al contrastar estos datos con un modelo de calidad establecido, se pueden detectar discrepancias y barreras que afectan el rendimiento. Posteriormente, se diseñan estrategias y se elabora un plan de acción detallado para abordar estas áreas, asegurando que las medidas adoptadas sean efectivas y conduzcan a una mejora continua. En esencia, el diagnóstico es la base para un cambio organizacional informado y orientado a resultados.

Se puede concretar que el diagnóstico es la radiografía que se le hará a la empresa para darle soluciones que puedan mejorar el factor comunicación con todos los que intervienen en ella.

1.12.1 Pregunta de investigación

¿Cómo se lleva a cabo la comunicación interna de la Escuela Agustín Mencos Franco entre directora y maestros?

1.12.2 Objetivo general

Determinar cómo funciona los sistemas de comunicación interna en la Escuela Agustín Mencos Franco.

1.12.3 Objetivos específicos

Evaluar el flujo de comunicación interna de la Escuela Agustín Mencos Franco entre directora y maestros.

Identificar los elementos la identidad corporativa y visual de la Escuela Oficial Urbana Mixta No. 42 Agustín Mencos Franco.

1.13 Metodología

La metodología es una serie de métodos y técnicas de rigor científico que se aplican sistemáticamente durante un proceso de investigación para alcanzar un resultado válido (Fabian Coelho, diccionario de lingüística).

La palabra viene del griego (methodos), que significa método y el sufijo logia, que se deriva de (logos) y traduce ciencia, estudio, tratado. De allí que se defina como la ciencia del método.

La metodología de investigación es la estrategia que se utilizará para que un proyecto de investigación sea exitoso por lo que su elección determina todo el rumbo de la investigación. Según Montero y León (2017) menciona que la metodología es el conjunto de métodos y técnicas empleados para realizar una investigación y responder a las preguntas planteadas en el estudio.

La metodología es un factor decisivo que debe estar en constante aplicación para asegurar el éxito. García y González (2009) afirma que la metodología de investigación en educación es crucial debido a la complejidad del objeto de estudio y la diversidad de enfoques y métodos empleados que se utilizan en este ámbito.

Para Habermas (1996) “la metodología se ocupa de normas del proceso de investigación, que pretende una validez lógica en relación con el ámbito sobre la ciencia en cuestión versa y simultáneamente una obligatoriedad fáctica para los investigadores” (p. 125)

La metodología sirve de orientación para una investigación y la forma por la cual se recolectan, analizan y se clasifican los datos, para que los resultados tengan validez y se cumplan con los objetivos.

1.13.1 Descripción del método

El método es el plan que toda persona debe seguir para alcanzar un objetivo, mientras que la metodología es la ciencia que estudia esos métodos, enfocándose en los conceptos y procedimientos sin tenerse en su validez pragmática.

Por otro lado, los métodos de investigación se refieren a los procedimientos, técnicas o herramientas utilizadas en una investigación. Dependiendo del área de estudio, estos métodos pueden incluir observaciones, desarrollos teóricos, experimentos y estudios estadísticos. En resumen, los métodos son las herramientas empleadas para llevar a cabo una investigación basada en una metodología.

Bunge (1960) lo define como “un procedimiento para tratar un conjunto de problemas. Cada clase de problema requiere un conjunto de métodos y técnicas especiales”.

El concepto de método para Ander Egg (1995) se refiere al “camino a seguir mediante una serie de operaciones, reglas y procedimientos fijados de antemano de manera voluntaria y reflexiva, para alcanzar un determinado fin que puede ser material o conceptual” (p.41).

Para el siguiente proyecto se utilizó el método descriptivo-cualitativo y evaluativo, cuyo objetivo es describir características de una población en particular, utilizando técnicas que no requieren datos numéricos, fundamentándose en la recolección de la información de forma deductiva, orientado a encontrar soluciones a problemas de la organización y a extraer datos importantes para su evaluación y análisis.

Para Hernández, Fernández y Batista (2010) “el enfoque cualitativo tiene como objetivo describir, comprender e interpretar los fenómenos. Este método de investigación sigue una lógica inversa al enfoque cuantitativo, comenzando por lo particular para llegar a lo general, en consonancia, a diferencia del enfoque cuantitativo que se centra en la comprobación de teoría” (p. 11).

Katayama (2014) “enfoque cualitativo se entiende al procedimiento metodológico que utiliza la investigación cualitativa estudia diferentes objetos para comprender la vida social del sujeto a través de los significados desarrollados por este” (p 43).

El enfoque que se dio al trabajo fue cualitativo porque se utilizaron datos no numéricos como observaciones, entrevistas y documentos y se fundamenta en la recolección de información de forma deductiva.

1.13.2 Técnicas e instrumentos de recolección

Las técnicas de recolección de datos claramente definidas son esenciales para alcanzar el propósito de la investigación, así como para asegurar su validez y confiabilidad. Sampieri (2014) explica que las técnicas e instrumentos la recolección, el análisis y la integración de los datos cualitativos y cuantitativos, permiten también perspectiva más amplia, mayor teorización, datos más ricos y variados, creatividad, indagaciones más dinámicas, más solidez y rigor, mejor exploración y explotación de los datos.

Los instrumentos de recolección son los que van a dirigir el camino que tomara el proceso comunicacional dentro de la institución.

1.13.2.1 Observación

Es el primer paso para dar pie a una investigación ya sea científica o no científica, y es un apoyo para el participante en la obtención de datos. Se puede utilizar un formato o no para su aplicación, pues es utilizar la vista para obtener información.

El observador es el que aplica los procedimientos de la investigación, al estudio de fenómenos que puede hacer o no variarlos, y así incidir o no en los fenómenos conductuales.

La observación implica aceptar un esquema de referencia al interior del cual se observa adquiere sentido. También es la que identifica características y elementos del objeto de conocimiento.

1.13.2.2 La entrevista

Esta técnica muy utilizada en la investigación y pertenece al método cualitativo, genera oportunidad para comprender los puntos de vista de los participantes, siendo su objetivo tener información de forma oral y personalizada.

La entrevista de acuerdo con Richards (1992) “es una conversación dirigida entre el investigador y un individuo con el propósito de recolectar información”. Existen diferentes tipos de entrevistas: la estructurada, semiestructurada y abiertas (p. 303).

Tabla 1 Tipos de Entrevistas

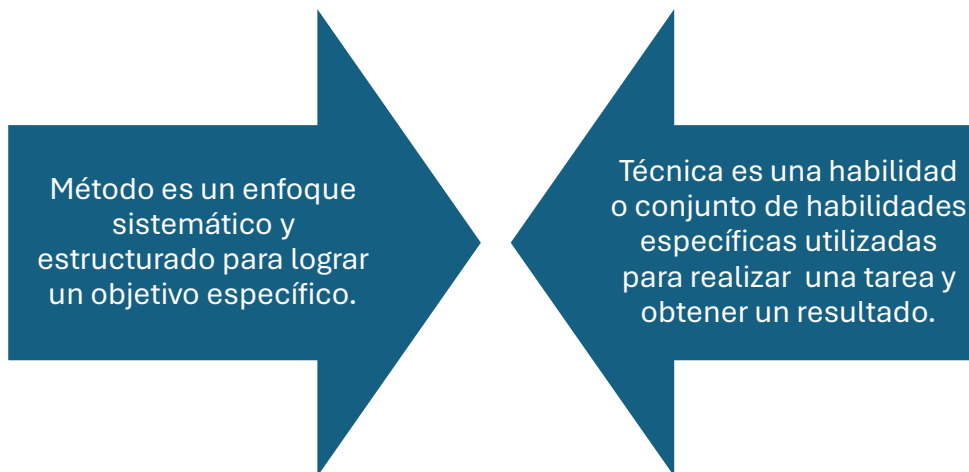
Estructuradas	Semiestructuradas	Abiertas
. Usa preguntas predeterminadas. . Sus respuestas pueden ser un sí o un no. . Sirven para medición estadística.	. Recolecta datos a través de preguntas abiertas. . Entrevistador puede ir formulando nuevas preguntas en relación con las respuestas del entrevistado.	. El entrevistado da su punto de vista. . Respuesta libre.

Tabla 2 Entrevistas realizadas

Nombre	Cargo	Día de la entrevista	Presencial o virtual
Marleny Borrayo	Maestra de grado	5 de abril	Presencial
Claudia Castillo	Maestra de grado	5 de abril	Presencial
Ana Nuñez	Maestra de grado	5 de abril	Presencial
Lidia Punay	Maestra de grado	6 de abril	Presencial
Abigail Rodas	Maestra de grado	6 de abril	Presencial
Lorena Cordón	Maestra de grado	6 de abril	Presencial
Sandra Morales	Directora	6 de abril	Presencial

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 2 Diferencia entre método y técnica



Daniel Colombo (2023)

1.13.2.3 La documentación

La documentación es un componente esencial e integral en cualquier investigación. No solo registra los hallazgos a lo largo del tiempo, sino también facilita el aprendizaje y la generación de nuevos conocimientos. Esto, a su vez, permite interpretar y crear nuevos documentos. Arias (1997) señala que “Es aquella que se basa en la obtención y análisis de datos proveniente de materiales impresos u otros tipos de documentos” (p. 47).

Para el efecto de documentar el trabajo se utilizó varias bibliografías de autores para sustentar el trabajo y darle validez, además de un trabajo realizado por un estudiante de Instituto Rafael Aqueche que contenía datos importantes de la escuela.

1.13.3 Interpretación de los resultados

Para efectos de las entrevistas se tuvo una muestra de 6 maestras encuestadas y la directora, siendo un total de 7.

1.13.3.1 Resultado de la entrevista

Tabla 3 Resultado de la entrevista

Pregunta No. 1	La mayoría de las profesoras tienen entre 15 a 25 años de estar laborando en el establecimiento.
Pregunta No. 2	Los entrevistados difieren de sus respuestas, unos saben otros no lo saben. No hay un recordatorio cada año.
Pregunta No.3	Solo la mitad de las maestras saben la historia de la escuela, una que estudió allí y la otra la mamá fue la directora, las otras maestras no la recuerdan.
Pregunta No.4	Maestras que sabían que, si tenía, pero no sabían su contenido, las demás supusieron que, si tenía, pero tampoco sabían su contenido.
Pregunta No. 5	A parte del grado asignado cada una está en diferente comisión para lograr una mayor efectividad en las actividades.
Pregunta No. 6	Varias maestras dijeron que es muy buena, pues la directora las escucha cuando le plantean sus problemas y otras dicen que es bueno pero que falta un poco entre compañeras.
Pregunta No. 7	La vocación de ser maestra, cuando la directora felicita por el trabajo realizado, cuando a todas nos da las mismas oportunidades.
Pregunta No. 8	La mayoría de las profesoras están de acuerdo que sí, pero hay maestras que no, porque a veces la directora no da a toda la información a tiempo.
Pregunta No. 9	La mayoría dijo que si, pero mientras se respete a todos y se hable de una manera que no haga sentirse mal.

Pregunta No. 10	La mayoría de los maestros concuerdan que, si está bien, otros comentaron que algunas veces no está muy claro el mensaje
Pregunta No. 11	La comunicación es eficiente cuando la directora la traslada directamente, pero cuando manda a otra persona a decirlo la información se distorsiona un poco.
Pregunta No. 12	En su medida la directora trata de escuchar a las partes involucradas y dar una solución.
Pregunta No. 13	Los entrevistados coinciden que el medio a utilizar es el teléfono o redes sociales. Pero con la salvedad que cada uno debe tener internet, para revisar sus redes sociales.
Pregunta No. 14	Las maestras dijeron que sí, las reúne y le dice las actividades a realizar y le da asignación a cada una.
Pregunta No. 15	En su mayoría, cuando quiere que todo salga lo mejor posible
Pregunta No. 16	La respuesta de los entrevistados manifiesta que sí, asistiendo a capacitaciones impartidas por orden del Mineduc o la departamental en cuando a metodología para la enseñanza, solo que ya tienen unos años de no dar capacitaciones a maestras.

Fuente: Elaboración propia

Diagnóstico de la Comunicación para la Escuela Oficial Urbana Mixta No. 42 Agustín Mencos Franco. El motivo de la presente entrevista es para saber sobre la organización, el clima laboral y la comunicación interna.

Tabla 4 Entrevista a la directora

1.- ¿Cuáles son sus responsabilidades dentro del plantel educativo? Dirigir y coordinar actividades dentro del establecimiento, para la buena convivencia.
2.- ¿Cuántos años tiene de estar laborando en la escuela? 20 años
2.- ¿Sabe cuándo y cómo se inició la escuela? La directora manifiesta que sí.
3.- ¿Podría contarme si la escuela cuenta con misión, visión, valores y objetivos? La docente manifiesta que, si lo tiene, fue hecha por un estudiante de magisterio, pero por motivos de remozamiento, el trabajo no sabe dónde se encuentra.
4.- ¿La escuela tiene un slogan? La directora manifiesta que no
5.- ¿Cuenta con organigrama el establecimiento? Si, pero le gustaría que lo tuviera visible
6.- ¿Tiene documentos legales que respalden al establecimiento? Si, la resolución No.390-2005-A.F.
7.- ¿Cuáles son los públicos a los que está dirigida la escuela? Padres de familia y alumnos de las colonias que están cerca.
8.- ¿Tiene correo institucional el establecimiento? No lo tiene
9.- ¿Cómo describiría el clima laboral de la institución? Agradable
11.- ¿De qué forma lleva a cabo la motivación en la empresa? Procurando un buen ambiente laboral.
12.- ¿Cuáles son los medios de comunicación que utiliza para trasladar la información al personal docente y operativas? Verbal o por WhatsApp.

14.- ¿Qué barreras de comunicación considera que hay dentro del establecimiento? Acciones que impiden la llegada de la información, como los rumores
15.- Desde su disposición ¿Le gustaría mejorar el aspecto laboral? Si
16.- ¿Cómo lo haría? implementando medidas, como desayunos o almuerzos para convivir un poco más, salidas de la escuela a lugares al aire libre donde se puedan realizar actividades.
17.- ¿Qué acciones realiza para dar a conocer la identidad de la escuela? Banda escolar, campeonatos de futbol, escuela para padres designadas por el MINEDUC
18.- ¿Cree que ha afectado la falta de identidad visual e institucional para que más personas conozcan la escuela? Si, hay muchas escuelas dentro del sector y falta colocar el escudo de la escuela afuera.
19.- ¿Por qué medio difunde la información sobre las inscripciones de nuevos alumnos? A través de la última reunión de año, para que los padres lo hagan saber en su comunidad e informarles de los cupos disponibles.

Fuente: Elaboración propia

1.13.3.2 Análisis de las preguntas

A través de la entrevista realizado entre profesoras y directora se logró identificar lo siguiente:

- a) La directora y maestras tienen más de 15 años tienen de estar laborando en la escuela, pero a pesar de eso algunas no conocen en su totalidad la historia de la escuela, visión, misión y el organigrama.
- b) La mayoría de las profesoras manifestaron que se sienten bien trabajando en la escuela, que el clima laboral es favorable, pero que se sentirían a un mejor si se les reconociera el trabajo que hacen en la escuela, sintiendo parte de la escuela.
- c) Aprovechando la tecnología el traslado de ciertas informaciones lo realizan por medio de *WhatsApp*, que es la forma más rápida de hacerla llegar y en forma verbal cuando se está dentro del establecimiento, pero algunas veces se distorsiona por los rumores.

- d) La comunicación interna de la escuela es favorable comentaron algunos maestros y la directora, otros por su parte argumentaron que ciertos mensajes son un poco confusos, tiene que recurrir a preguntarle a la directora las dudas al respecto.
- e) La falta de una identidad visual visible.

1.14 FODA comunicacional

El análisis FODA es una herramienta sencilla y útil para lograr una evaluación interna y externa de la institución, proveyendo los insumos necesarios para la planeación de estrategias ante los retos a nuevas oportunidades de crecimiento. Está formado por cuatro aspectos:

En las fortalezas: Se ubican todas aquellas facultades, atributos y capacidades propias que devienen de sus condiciones físicas, actitudinales, históricas y todos aquellos aspectos relevantes que se sumen a los objetivos.

Las debilidades: Son todos los atributos y factores negativos que tiene la institución, y que la coloca en la posición desfavorable ante sus adversarios.

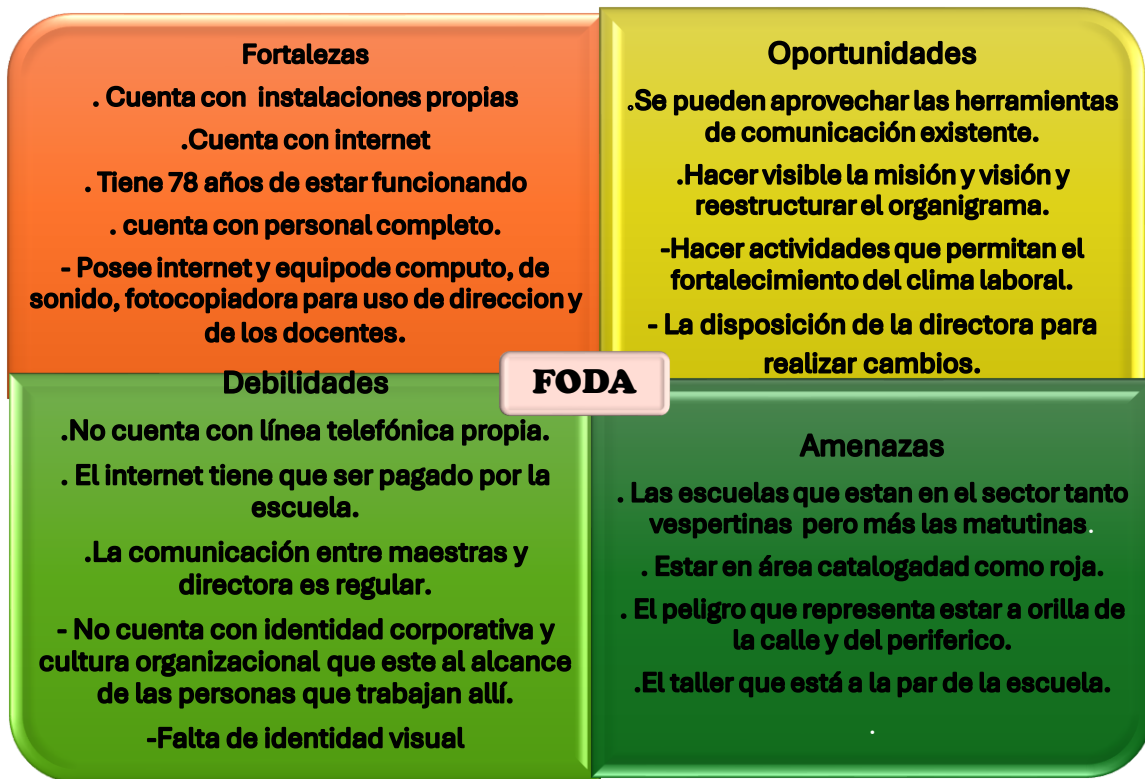
Las debilidades y fortalezas darán cuenta de las situaciones interiores de la institución, dando la posibilidad de trabajar directamente sobre estos factores, potenciando la fortaleza y mitigar las debilidades.

Oportunidades: son aquellos agentes positivos que provienen del entorno de la institución y le permitirán tener ventajas frente a sus adversarios.

Amenazas: son situaciones que juegan un papel negativo sobre los objetivos de las instituciones y están causando daño.

Tanto las oportunidades como las amenazas vienen de los factores exteriores. El FODA trabaja sobre ejes clasificados de la siguiente forma: interior/exterior y positivo/negativo

Ilustración 3 FODA



Fuente de elaboración propia

1.15 Problemas detectados

Después de realizar el análisis a la institución, se detectó problemas simples de comunicación interna que pueden ser resueltos, entre los que se pueden mencionar.

- a) La cultura organizacional regular, si no se fortalece podría dañar el ambiente laboral.
- b) Falta de identidad visual.
- c) Una comunicación que necesita ser fortalecida.
- d) Carencia de identidad corporativa.

1.16 Planteamiento del problema comunicacional

La comunicación interna de la Escuela Oficial Urbana Mixta No. 42 Agustín Mencos Franco durante la etapa de la observación la realizaron por vía WhatsApp, muy pocas veces oral o por reunión con todo el personal.

El análisis a la escuela por medio de la observación y los otros instrumentos permitieron conocer la falta de identidad visual tanto externa como interna y conocer los valores por medio de los cuales la institución pueda tener más presencia en el sector.

1.17 Indicadores de éxito

La institución no contaba con un diagnóstico comunicacional previo que le permitiera desarrollar estrategias acordes a las necesidades que se llegara a detectar con base en el mismo estudio, lo que da paso a marcar un precedente funcional. Además, esto permitirá que toda la información que se adquirió pueda sustentarse en una base sólida para su aplicación.

Otra de las oportunidades de este proyecto dará pauta para brindar bases sólidas que le ayudará a mejorar la comunicación interna por medio de un profesional, no así reforzar su imagen corporativa.

1.18 Limites y alcances de la comunicación

Los límites en una investigación son todos aquellos aspectos que no dejan realizar las iniciativas en cada institución y reconocerla permite planificar de una mejor manera de desarrollarlo.

1.18.1 Limites

- a) Como primera limitante es el tiempo para realizar el proyecto.
- b) La segunda sería los recursos económicos para poderlo hacer.
- c) La falta de sinceridad en las respuestas a las entrevistas
- d) Los contratiempos que se den en el camino.
- e) La falta de tiempo que tienen las personas de la institución para responder las entrevistas.
- f) Falta de conocimiento para manejar ciertos programas.

1.18.2 Alcances

- Disponibilidad de los docentes de la escuela.
- Ver que el tipo y enfoque de la investigación variaron con la respuesta a la encuesta.
- Realizar las entrevistas a través de preguntas directas y de forma presencial.
- El apoyo de parte de la directora para realizar la investigación.

1.19 Cronograma del diagnóstico

Actividades		Cronograma del diagnóstico															
Mes		Enero				Febrero				Marzo				Abril			
Semana		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1 Charla informativa					22												
2 Curso propedeutico					23	1											
3 Primera reunión con la Licenciada Brenda Chacón sobre la guía de observación						5											
4 Presentación ante la directora del plantel del proyecto a desarrollar								16									
5 Entrega de carta de solicitud para la realización del EPSa la institución										1							
6 Reunión con la Licda Brenda Chacón para como seccionar el documento								14									
7 Inicio de la observación									26								
8 Reunión con la Licda Brenda Chacón para conocer sobre las tecnicas a emplear para la recolección de datos									22								
9 Find de la observación										5							
10 Reunión de la guía del diagnostico									28								
11 Entrevistas														###			
12 Reunión de objetivos de la investigación												20					
13 Realización del informe															4		
14 Reunión con la Licda Brenda para afianzar el diagnóstico																8	
15																	

1.20 Proyecto a desarrollar

Estrategia para fortalecer la comunicación interna en el clima laboral de la Escuela Oficial Urbana Mixta No. 42 Agustín Mencos Franco y la identidad corporativa y visual.

Capítulo 2

2. Plan estratégico de comunicación

2.1 Plan de comunicación

(Gustavo Wrobel, 2015) indica que un plan de comunicación de un modo esencialmente pragmático es el documento que reúne, los objetivos, las audiencias, mensajes, recursos, estrategias y acciones de comunicación a desarrollar en todos los ámbitos de la empresa.

Un plan de comunicación bien elaborado resultará muy útil para registrar y facilitar el intercambio de información, datos y conocimientos, tanto a nivel interna como externa.

El plan de comunicación interna va dirigido a las personas que trabajan en las entidades, facilitando la información y conocimiento entre los mismos, siendo su objetivo generar un buen clima laboral y mejorar la relación entre el empleador y el empleado.

Toda institución y empresa que cuenta con un plan bien estructurado será una herramienta muy útil, y sabrá hacia dónde dirigir todos aquellos esfuerzos comunicativos, teniendo un éxito con los emisores y receptores del mensaje.

Si en un plan no se comunica a través de los medios correctos queda incompleto. Ignacio Jaén (2017) expone que será un documento en el ordenador y un montón de ideas en la cabeza que no tiene valor si no se da a conocer. Pues desarrollar estas ideas, es necesario implementar acciones estructuradas que permitan comunicarla a los colaboradores de manera efectiva. Esto debe hacerse a través de métodos correctos y coordinando acciones tanto en el mundo real(*offline*) como en el mundo digital (*online*).

2.2 Elementos comunicacionales

La comunicación es un fenómeno inherente a la relación que los seres vivos mantienen cuando se mantienen en grupo, a través de esta se obtiene un intercambio de entre un emisor y un receptor que utilizan un código en común para transmitir la información respecto a su entorno y pueden compartirla con otros. Para Garrido (2007) en el fenómeno de la comunicación hay procesos de constante aprendizaje que permiten a los sujetos participar en las transformaciones de las estructuras de significación.

La comunicación es una herramienta flexible y alcanzable, que permite hacer llegar mensajes a otros miembros de la sociedad. El silencio no es beneficioso, si una persona, empresa, institución o cualquier índole no comunica, no obtendrán beneficios y no podrá prosperar.

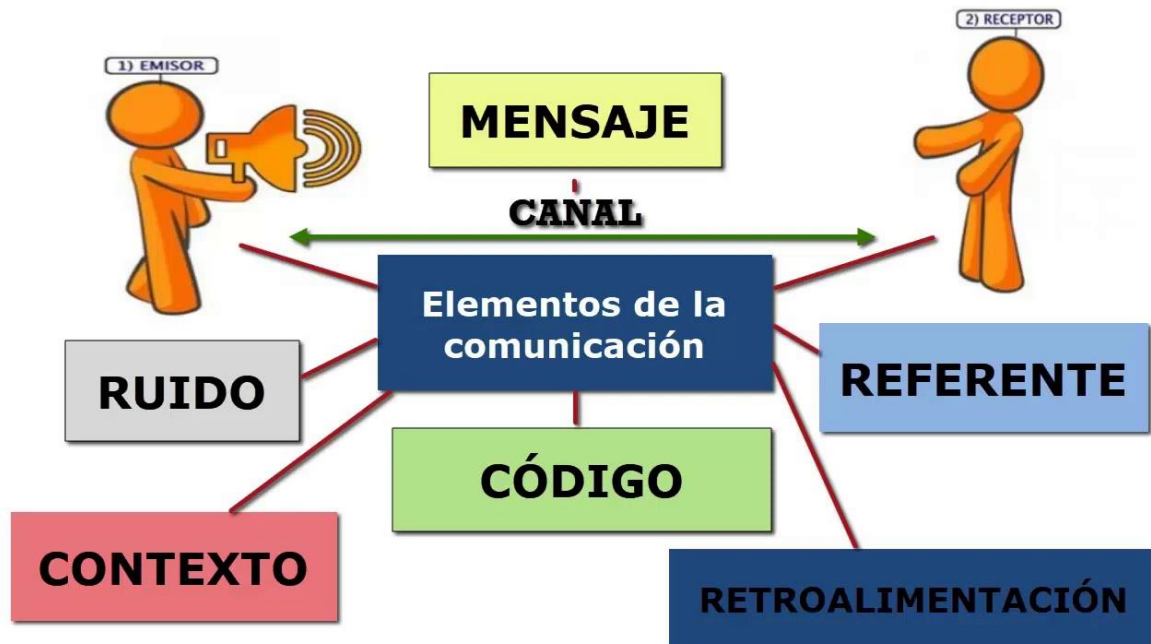
2.2.1 Los elementos que intervienen en la comunicación

Para que sea posible el acto comunicativo es necesario la presencia de una serie de elementos que constituyen un esquema cerrado en el que todos ellos son imprescindibles:

- a) Emisor: es la persona, organización u otro que elige y selecciona los signos adecuados para transmitir su mensaje, codificándolo de manera que el receptor pueda entenderlo. En el proceso comunicativo de la escuela, el emisor es la directora, quien actúa como la autoridad.
- b) Receptor: es el grupo o persona al que se destina el mensaje, realiza un proceso de descifrar e interpretar lo que el emisor quiere dar a conocer. En la institución los receptores son los maestros, alumnos, padres de familia.
- c) Mensaje: es el contenido de la información, compuesto por ideas, sentimientos y acontecimientos expresados por el emisor y que desea transmitir. Dentro de la institución el tono de mensaje es de forma informativo, apelativo, argumentativo individualizado y emotivo.
- d) Código: es el conjunto de reglas propias de cada sistema de signos y símbolos que el emisor utilizara para transmitir el mensaje. En este caso la institución emplea códigos verbales y escritos.
- e) Canal: es el medio por el cual se transmite el mensaje. Puede influir en su forma. En este caso, la información se transmite de manera directa y a través de WhatsApp.
- f) Contexto: se refiere a la situación externa que rodea al acto comunicativo y que puede ayudar a la comprensión del mensaje o incluso modificar su significado dependiendo de la situación comunicativa. En la institución, la comunicación se da en un contexto laboral y educativo
- g) Interferencia o barrera: cualquier perturbación que sufre la señal en el proceso comunicativo; se puede dar en cualquiera de sus elementos. Las interferencias dentro del establecimiento educativo son auditivas, físicas, culturales, cognitivas, emocionales.

h) Retroalimentación: Es la condición necesaria para la interactividad del proceso comunicativo, siempre y cuando se reciba una respuesta. Si no hay retroalimentación, entonces solo hay información, más no comunicación. Si es posible cuando la directora recibe recomendaciones, la aprobación de ciertas actividades.

Ilustración 4 Elementos de la comunicación



Fuente: *Google*

2.3 Objetivos del plan de comunicación

2.3.1 Objetivo general

Fortalecer la comunicación interna en la Escuela Oficial Urbana Mixta No. 42 Agustín Mencos Franco.

2.3.2 Objetivos específicos

Visibilizar la identidad corporativa de la Escuela Agustín Mencos Franco entre su público interno.

Reforzar las relaciones laborales entre el personal del Plantel Educativo

Interiorizar el sentido de pertenencia de la escuela Agustín Mencos Franco entre el personal docente.

2.4 Estrategia

La palabra estrategia tiene su origen en las palabras griegas “*stratos*”, que se refiere a ejército, y “*agein*”, que significa guía. (Wikipedia.org).

La estrategia de una empresa o institución puede ser mejor que la otra, si tiene bien definidos sus objetivos a los cuales se apunta y se cuenta con el conocimiento y los deseos de hacer andar el proyecto.

La estrategia de este plan de comunicación tiene como finalidad fortalecer, visibilizar, la imagen corporativa y la comunicación dentro de la Escuela Oficial Urbana Mixta No. 42 Agustín Mencos Franco con diversas acciones, con el fin de mejorar las debilidades comunicacionales de la institución, identificadas en el FODA.

Las estrategias claras y bien definidas son importantes para que una empresa o institución sean capaz de evaluar el desempeño, las energías, habilidades y conocimientos específicos de cada individuo, hacia la consecución de metas a corto, mediano y largo plazo.

Chandler (2003) señala “la estrategia es la determinación de las metas y los objetivos de una empresa a largo plazo, las acciones a emprender y la asignación de recursos necesarios para el logro de dichas metas”

En el FODA fue mencionada la falta de conocimiento de la identidad corporativa entre las personas que trabajan en el establecimiento.

2.5 Actividades o acciones de la estrategia

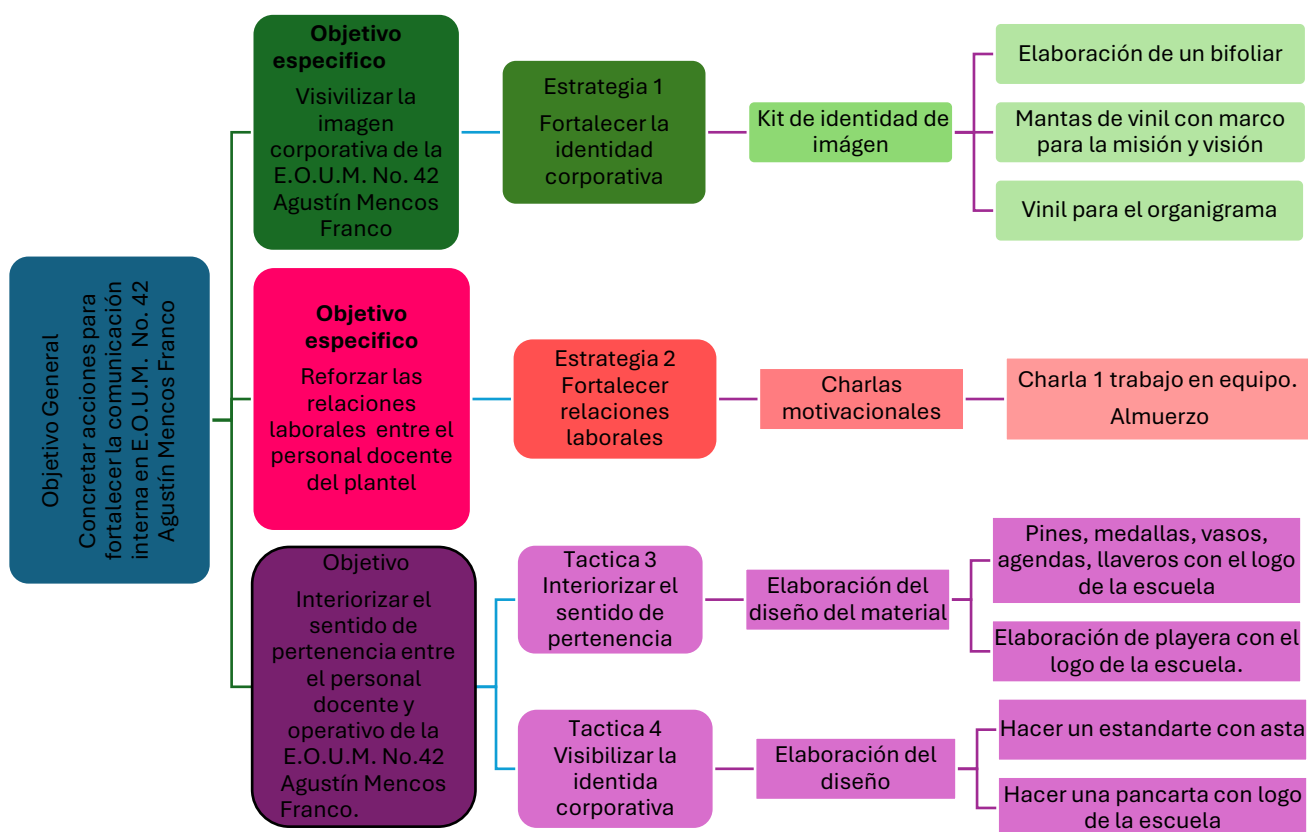
Para lograr alcanzar los objetivos del plan de comunicación se ha propuesto las siguientes estrategias:

- a) Kit de identidad e imagen corporativa para uso interno de la E.O.U.M No. 42 Agustín Mencos Franco.
- b) Charla motivacionales y almuerzos para mejorar el clima laboral.
- c) Elaboración de playeras, pines, vasos, lapiceros, banderín con hasta para el sentido de pertenencia.
- d) Elaboración de estándar con asta y pancarta con el logo de la escuela.

El siguiente esquema elaborado presenta de una mejor manera la visualización de las acciones propuestas para lograr los objetivos del plan de comunicación.

Las propuestas para lograr los objetivos del plan de comunicación son los siguientes:

Ilustración 5 cuadro comparativo de las actividades



Fuente: Elaboración propia

2.6 Público objetivo

2.6.1 Demográfico

- El público objetivo al que va dirigido el estudio al personal docente del establecimiento con edades entre 30 a 70 años.
- Cristianos y católicos
- Todos guatemaltecos y sus familias están formadas entre 3 a 6 integrantes.

2.6.2 Socioeconómico

- Docentes con más de 15 años de experiencias
- Con niveles de estudio diversificado y universitario
- Clase social media

2.6.3 Psicográfico

- a) Este público objetivo esta 100% comprometidos con la docencia, teniendo como interés similar mejorar la calidad educativa de la comunidad.

2.7 Mensaje clave

Unidos por una educación de calidad.

Cuando se habla de Unidos se relaciona directamente al personal docente de la Escuela Agustín Mencos Franco, quienes comprometidos lograrán la calidad educativa de la comunidad.

2.8 Indicadores de las acciones

Se tienen previstas acciones y cada una se medirá de la siguiente manera

Tabla 5 Indicador de la acción 1

Acciones a realizar	Indicadores
Acción 1	Colocación de la misión y visión del MINEDUC dentro de la dirección del plantel. No cuenta con misión y visión propia.
Indicador	Las docentes y personas que entran a la dirección leen la misión y visión de la escuela y se identifican con ello
Modo de verificación	Saber la opinión del personal docente y de las personas por medio de preguntas directas.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6 Indicador de la acción2

Acciones a realizar	Indicadores
Acción 2	Colocación del organigrama de la escuela dentro de la dirección de la escuela.
Indicador	Las maestras saben cómo está organizada la escuela, que todas las actividades siguen un lineamiento.
Modo de verificación	Que cuando alguien pregunte sobre cómo está organizada la escuela, recordaran con facilidad el organigrama

Fuente: Elaboración propia

Tabla 7 Indicador de la acción 3

Acciones a realizar	Indicadores
Acción 3	Entrega estandarte con el logo de la escuela y pancarta.
Indicador	Tiene más presencia en actividades que se requiera de la utilización, como por ejemplo desfiles, actividades del sector.
Modo de verificación	Cuando se realicen las actividades

Fuente: Elaboración propia

Tabla 8 indicador de la acción 4

Acciones a realizar	Indicadores
Acción 4	Charla motivacional sobre trabajo en grupo impartida por un profesional y un almuerzo de convivencia.
Indicador	Las relaciones laborales mejoran con la implementación de las actividades propuestas en la charla.
Modo de verificación	La implementación en la planificación de las actividades.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 9 Indicador para la acción 5

Acciones a realizar	Indicadores
Acción 5	Charla motivacional sobre clima laboral impartida por un profesional y un almuerzo de convivencia.
Indicador	El clima laboral se verá reforzado cuando la directora y maestras tengan reuniones o actividades.
Modo de verificación	La implementación en la planificación de las actividades.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 10 Indicador para la acción 6

Acciones a realizar	Indicadores
Acción 6	Presentación de material para el sentido de pertenencia: vasos, lapiceros, playeras, agendas, pines.
Indicador	Las profesoras se sienten más identificadas con la escuela con el material entregado
Modo de verificación	La utilización del material en sus labores diarias.

Fuente: Elaboración propia

2.9 Recurso humano

Es el conjunto de todas las personas que participaran en cada una de las actividades en la ejecución de una táctica.

- a. Estudiante de EPS
- b. Asesora del EPS
- c. Coordinador del EPS
- d. Directora y maestros del plantel educativo
- e. Capacitadores
- f. Instaladores de las plaquetas de misión, visión y el organigrama de la escuela.

2.10 Financiamiento y presupuesto

2.10.1 Financiamiento

Los fondos para la ejecución de los productos comunicacionales propuestos para concretar las acciones para el fortalecimiento de la comunicación interna de la Escuela Oficial Urbana Mixta No. 42 Agustín Mencos Franco serán financiados en su totalidad por la estudiante de EPS.

2.10.2 Presupuesto

El financiamiento de todas las actividades propuestas para alcanzar los objetivos planteados será sufragado el 100% por la estudiante del EPS, pues será quien se encargará de la realización del material durante la fase de la ejecución.

Tabla 11 Presupuesto de actividades para el primer objetivo del plan de comunicación

Cantidad	Detalle	Costo Unitario	Costo Total	Financiamiento
1	Diseño del trifoliar del organigrama, misión y visión	Q 150.00	Q 150.00	Estudiante
10	Impresión del trifoliar	Q10.00	Q100.00	Estudiante
1	Vinil con el organigrama	Q50.00	Q50.00	Estudiante
2	Vinil con marco para la misión y visión.	Q75.00	Q150.00	Estudiante

Fuente: Elaboración propia

Tabla 12 Presupuesto para el objetivo 2 del plan de comunicación

cantidad	Detalle	Costo unitario	Costo Total	Financiamiento
1	Charla	700.00	700.00	Estudiante
1	Almuerzos	350.00	350.00	Epesista

Fuente: Elaboración propia

Tabla 13 Presupuesto para el objetivo 3 del plan de comunicación

Cantidad	Detalle	Costo unitario	Costo Total	Financiamiento
24	Vasos con logo y nombre de la profesora	Q15.00	Q360.00	Epesista
50	Llaveros con el logo de la escuela	Q 7.50	Q 380.00	
10	Playeras típicas con logo de la escuela	Q 35.00	Q 350.00	
50	Lapiceros con logo de la escuela	Q 4.00	Q 200.00	
12	Agendas con logo de la escuela	Q 50.00	Q 600.00	
1	Estandarte con logo de la escuela	Q 175.00	Q 175.00	
1	Asta para el estandarte	Q 250.00	Q 250.00	
1	Pancarta con nombre y logo de la escuela	Q 350.00	Q 350.00	
1	Diseño del plan	Q 5,000.00	Q 5,000.00	
1	Ejecución del plan	Q 15,000.00	Q 15,000.00	

Fuente: Elaboración propia

2.10.3 Material promocional

Ilustración 6 Diseño taza con logotipo

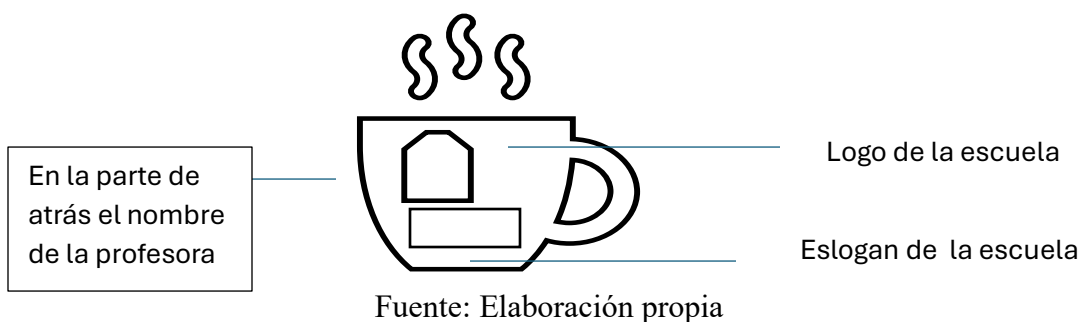
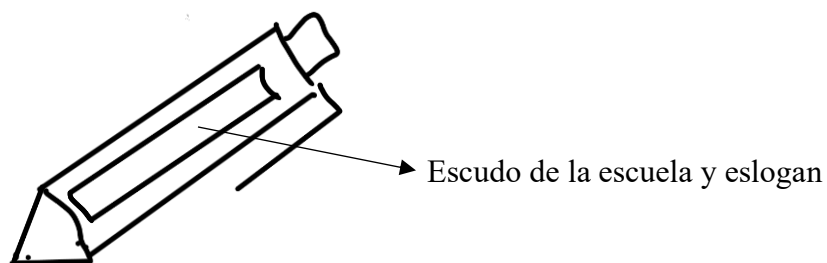
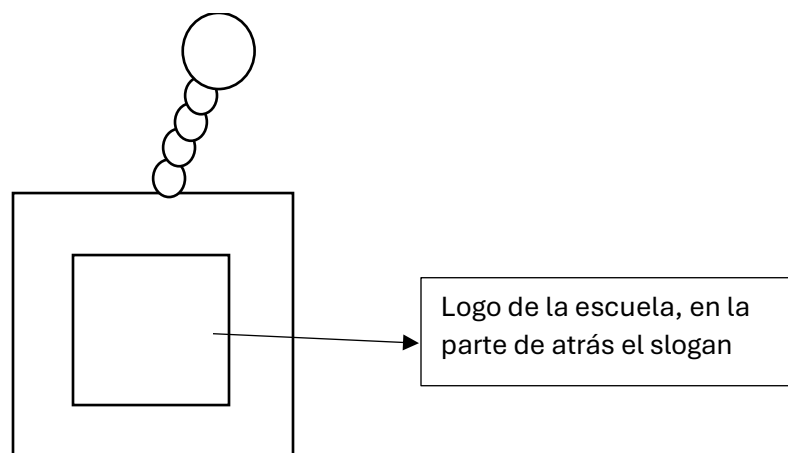


Ilustración 7 Diseño lapicero con logo y eslogan



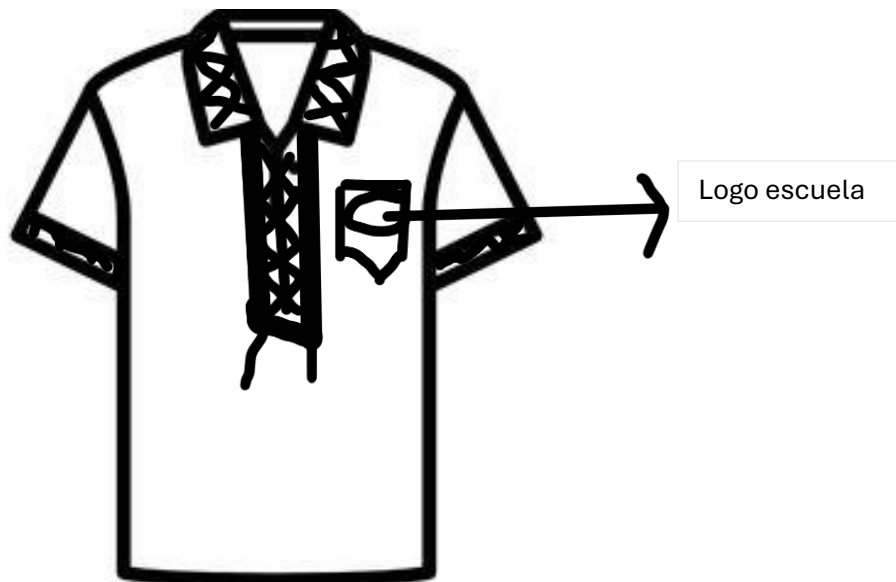
Elaboración propia

Ilustración 8 diseño de llavero



Fuente: Elaboración propia

Ilustración 9 blusa con logotipo



Fuente: Elaboración propia

Ilustración 10 medalla de reconocimiento para maestras

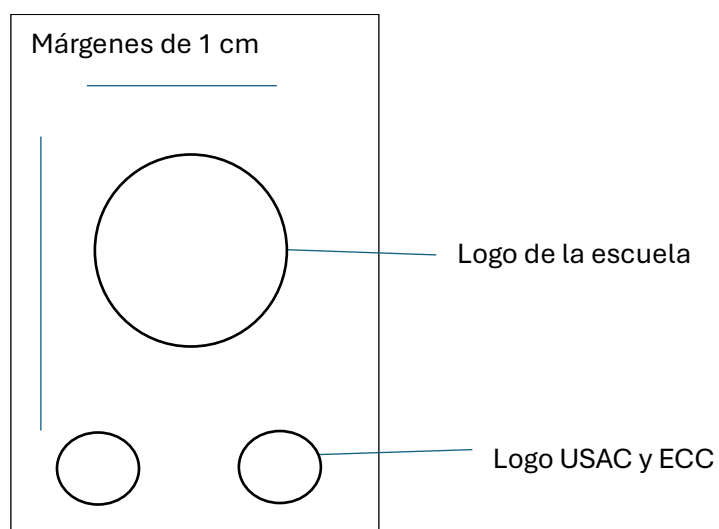


Fuente: Elaboración propia

2.10.4 Bocetos

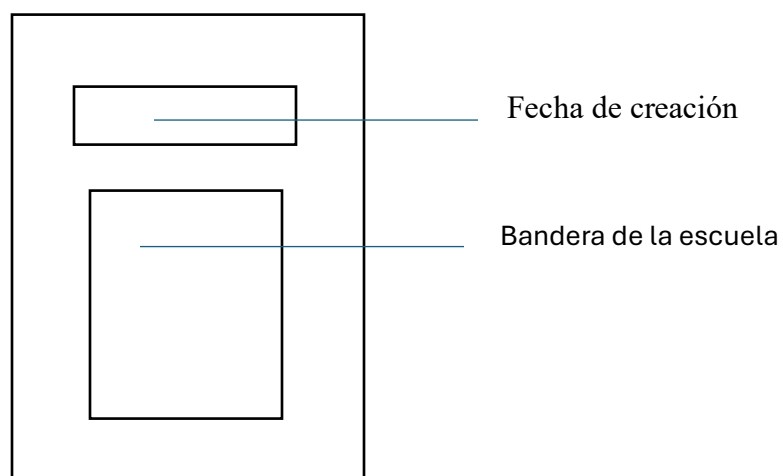
En relación con lo anterior, se presentan los bocetos del trifoliar, pancarta, estandarte

Ilustración 11 boceto del trifoliar parte delantera



Fuente: Elaboración propia

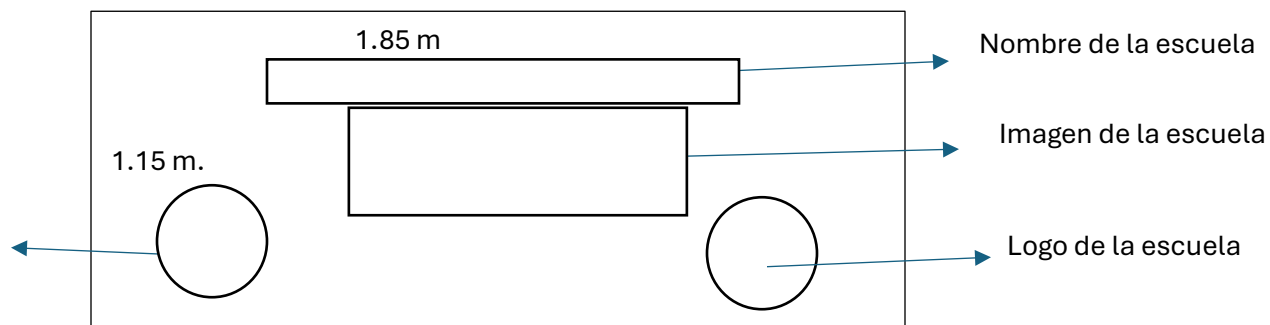
Ilustración 12 parte trasera del bifoliar



Fuente: Elaboración propia

Diseño de la pancarta

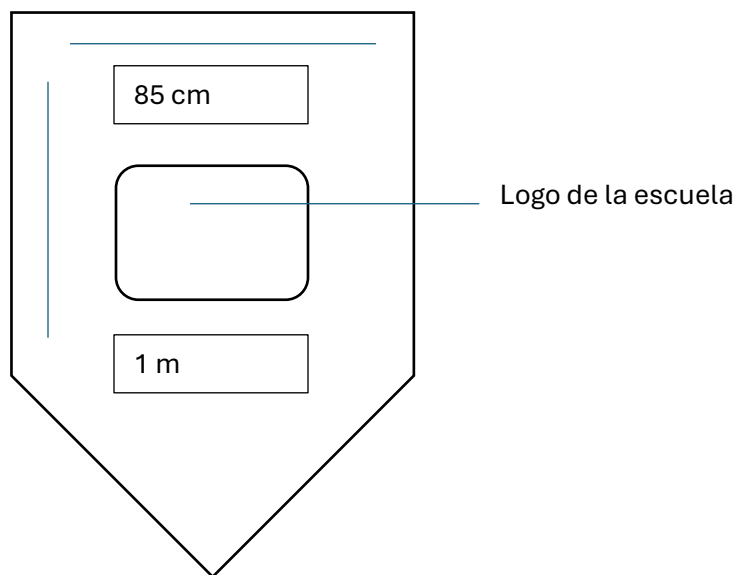
Ilustración 13 boceto de la pancarta



Fuente: Elaboración propia

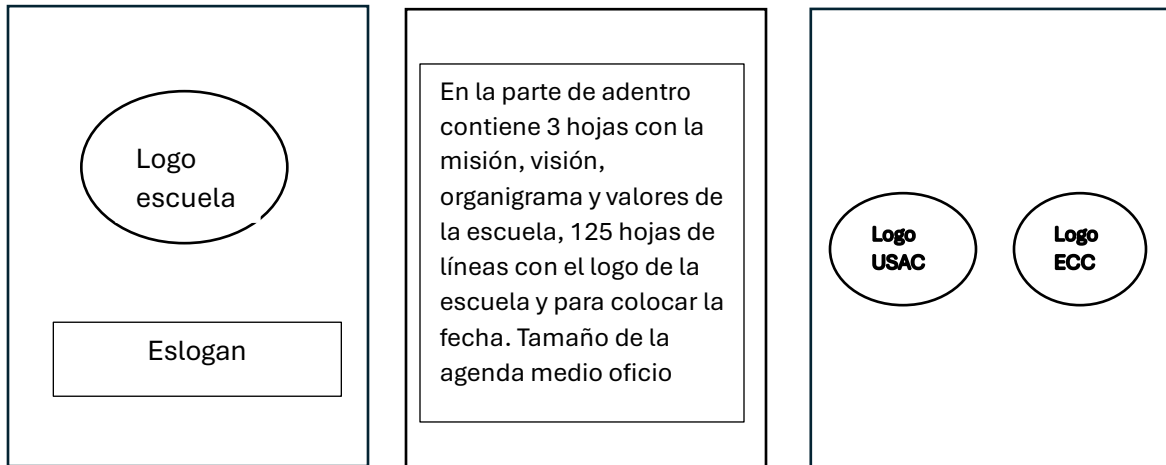
Diseño del estandarte

Ilustración 14 boceto del estandarte



Fuente: Elaboración propia

Ilustración 15 boceto de agenda



Fuente: Elaboración propia

2.11 Beneficiarios

Como principales beneficiarios los maestros de la Escuela Agustín Mencos Franco No. 42 Agustín Mencos Franco, pues al implementar la estrategia de comunicación, se busca mejorar la comunicación interna del plantel educativo.

El segundo beneficiario es la directora del establecimiento, tendrá una mejor visibilidad de la institución al contar con la misión, visión y el organigrama, dentro de su lugar de trabajo.

Además, una comunicación interna eficiente, mostrará a la directora que los docentes se sentirán parte de la institución, disminuyendo el estrés laboral y proveyendo mayor satisfacción en su liderazgo.

2.12. Área geográfica de acción

La ejecución y la coordinación de las estrategias de comunicación planteadas se llevarán a cabo en forma directa en las instalaciones de la Escuela Oficial Urbana Mixta No. 42 Agustín Mencos Franco, ubicada en la 33 avenida 24-31 zona 7 colonia Bethania de la ciudad de Guatemala.

2.13 Cuadro operativo de la estrategia

Tabla 14 Cuadro operativo para Fortalecer la filosofía empresarial

Actividad comunicacional	Objetivo específico	Presupuesto	Recurso humano	Área geográfica	Beneficiarios	Fecha de ejecución
Diseño de trifoliar e impresión	Visibilizar la identidad corporativa de la escuela Oficial Urbana Mixta No. 42 Agustín Mencos Franco	Q150.00	Diseñador	Instalaciones del establecimiento	Personal y alumnos de la escuela	Julio 5 2024
Vinil con marco para la misión, visión.		Q 150.00				Julio 15
Vinil para el organigrama		Q 50.00				Julio 15

Fuente: Elaboración propia

Tabla 15 Cuadro operativo para fortalecer las relaciones laborales

Actividad comunicacional	Objetivo específico	Presupuesto	Recurso humano	Área geográfica	Beneficiarios	Fecha de ejecución
Charla motivacional y almuerzo	Fortalecer las relaciones laborales entre el personal docente del establecimiento	Q1050.00	Profesional	Escuela Agustín Mencos Franco	Docentes del establecimiento	24 junio

Fuente: Elaboración propia

Tabla 16 Cuadro operativo para interiorizar el sentido de pertenencia

Actividad comunicacional	Objetivo específico	Presupuesto	Recurso humano	Área geográfica	Beneficiarios	Fecha de ejecución
Vasos con logotipo de la escuela	Interiorizar el sentido de pertenencia en los docentes de la Escuela Agustín Mencos Franco	Q360.00	Diseñador	33 avenida 33-21 zona 7 colonia la Bethania	Docentes del establecimiento	Entrega para el 5 de agosto por aniversario de la escuela
Llaveros con logotipo y eslogan de la escuela		Q 380.00				
Playeras con logo de la escuela		Q 350.00				
Lapiceros con logo de la escuela.		Q 200.00				
Agendas con logo de la escuela		Q 600.00				

Fuente: Elaboración propia

Tabla 17 Cuadro operativo cultura de pertenencia

Actividad comunicacional	Objetivo específico	Presupuesto	Recurso humano	Área geográfica	Beneficiarios	Fecha de ejecución
Estandarte	Interiorizar el sentido de pertenencia en los docentes de la Escuela Agustín Mencos Franco	Q175.00	Diseñador		El establecimiento	
Pancarta		Q350.00				Agosto

Fuente: Elaboración propia

2.14 Cronograma del plan de comunicación

Actividades		Cronograma del plan de comunicación																											
Mes		abril				mayo				Junio				Julio				Agosto				Septiembre							
Semana		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4								
1	Propedeutico segunda fase																												
2	Elaboración de plan de comunicación																												
3	Reunión con la licenciada																												
4	Reunión virtual con la licenciada																												
5	Elaboración del trifoliar para impresión																												
6	Primera charla motivacional																												
7	Entrega de la misión, visión y organigrama																												
8	Entrega de playeras al personal docente																												
9	Segunda Charla motivacional																												
10	Entrega del trifoliar a la directora del plantel																												
11	Entrega de pines, tazas, lapiceros a docentes																												
12	Entrega de banderín con asta a la escuela																												
13	Entrega de Agenda personalizada con logo																												
14																													
15																													

Capítulo 3

Ejecución del plan de comunicación

3 Informe de ejecución

El siguiente capítulo contiene los resultados de las acciones planteadas en el plan de comunicación, las tácticas realizadas son productos de la investigación realizada en el diagnóstico.

3.1 Nombre de la acción de comunicación 1

Kit de identidad corporativa de la Escuela Oficial Urbana Mixta No. 42 Agustín Mencos Franco.

A través de esta acción se busca comunicar lo relacionado con la institución, su historia, misión, visión del MINEDUC y la reestructuración del organigrama corporativo.

3.1.1 Objetivo

Visibilizar la imagen corporativa de la Escuela Oficial Urbana Mixta No. 42 Agustín Mencos Franco.

La finalidad de realizar este Kit de forma física es llegar a los docentes, alumnos y padres de familia y que conozcan un poco más la institución.

3.1.2 Medio utilizado

Para realizar esta acción se utilizó medio impreso

3.1.3 Presupuesto Utilizado

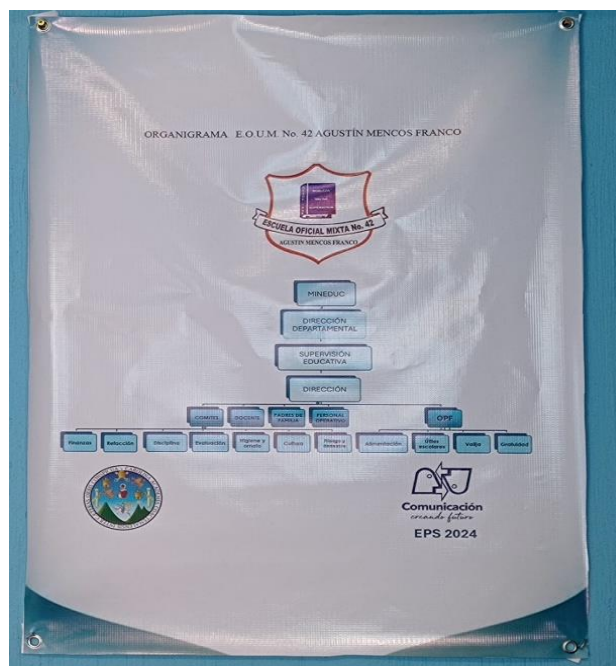
La inversión de esta estrategia fue un total de Q1,035.00

3.1.4 Resultado obtenidos o esperados

El resultado obtenido fue que la escuela ya cuenta con la misión, visión y organigrama visible.

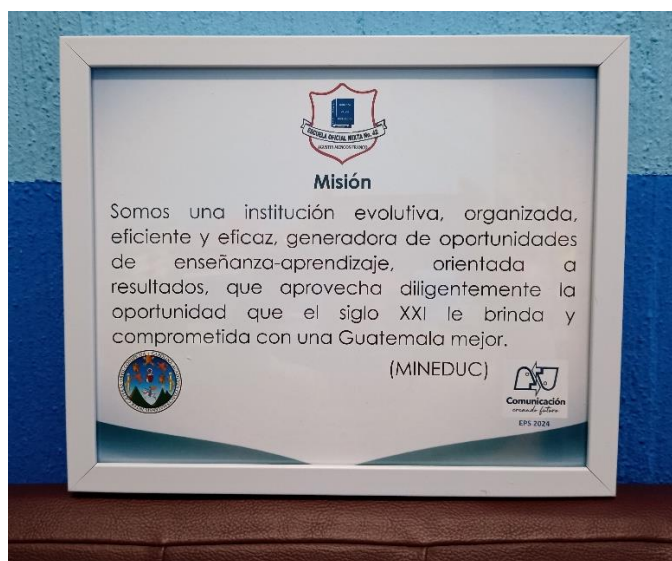
3.1.5 Evidencia del material

Ilustración 16 Organigrama de la escuela



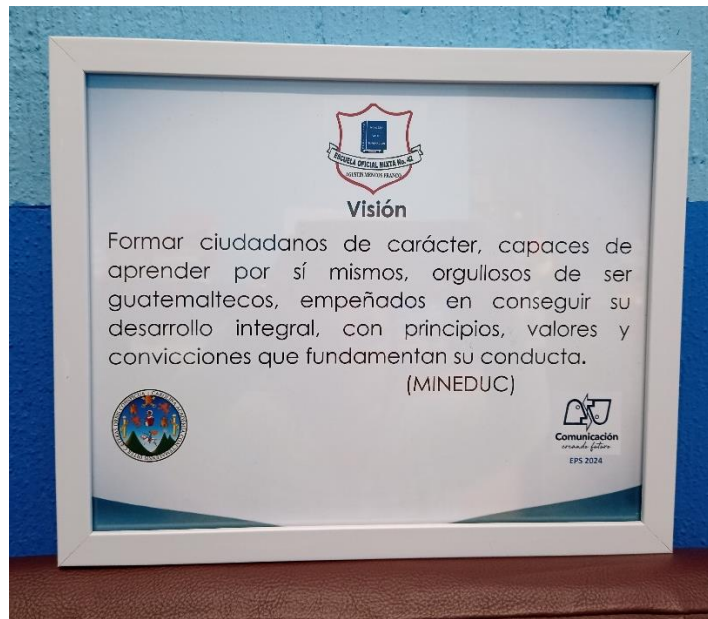
Fuente: Elaboración propia

Ilustración 17 Misión del MINEDUC



Fuente: Elaboración propia. La escuela no cuenta con misión propia.

Ilustración 18 Visión del MINEDUC



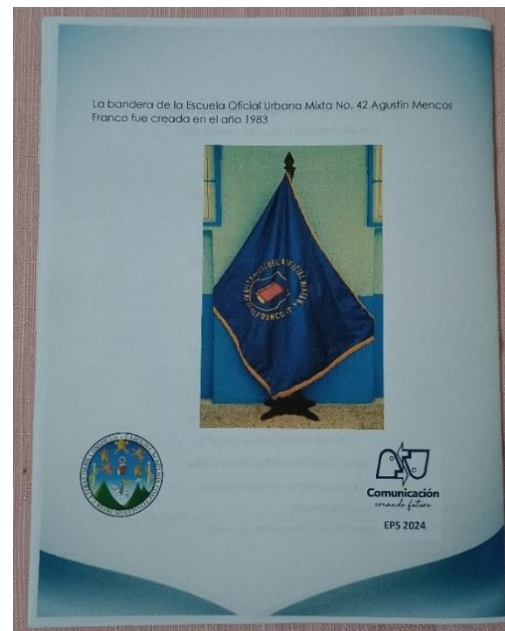
Fuente: Elaboración propia. La escuela no cuenta con visión propia.

Ilustración 20 Parte delantera del bifoliar



Fuente: Elaboración propia

Ilustración 19 Parte trasera del bifoliar



Fuente: Elaboración propia

3.2 Nombre de la acción de comunicación 2

Charlas motivacionales y almuerzos de convivencia

En esta acción se invitó a un profesional Lic. Ernesto Barahona para impartir las charlas de trabajo en equipo y liderazgo empresarial y la realización de 2 almuerzos para afianzar las relaciones de trabajo.

3.2.1 Objetivo

Fortalecer las relaciones laborales entre el personal docente del plantel.

3.2.2 Medio utilizado

De forma presencial en las instalaciones del plantel.

3.2.3 Presupuesto utilizado

La inversión para esta acción fue de Q 1,400.00.

3.2.4 Resultados obtenidos o esperados

Las relaciones laborales fueron fortalecidas a través del almuerzo y la charla motivacional.

Se espera que esta acción se realice por lo menos dos o tres veces al año y se consolide las relaciones con las personas que laboran en la escuela y que la directora fortalezca su liderazgo en la institución.

3.2.5 Evidencia del material

Ilustración 21 Charla motivacional



Fuente: Elaboración propia. Actividad de como trabajar en equipo

Ilustración 22 Almuerzo de convivencia



Fuente: Elaboración propia. En almuerzo por el día del maestro.

3.3 Nombre de la acción de comunicación 3

Elaboración de material del sentido de pertenencia

Con esta acción se busca que las y los docentes se sientan más sentido de pertenencia hacia la institución debido al tiempo que llevan de laborar.

3.3.1 Objetivo

Interiorizar el sentido de pertenencia de la Escuela Agustín Mencos Franco 42 Agustín Mencos Franco.

3.3.2 Medio utilizado

Material impreso en tazas, playera, agendas, lapiceros y llaveros.

3.3.3 Presupuesto utilizado

La inversión de esta acción fue de Q 1,690.00

3.3.4 Resultados obtenidos

El personal docente se siente más identificado con la escuela y animado por pertenecer a ella, manifestando que estas actividades ayudan a estar más unidos

3.3.5 Evidencia del material

Ilustración 23 llavero, agenda y vaso



Fuente: Elaboración propia. Agenda, llavero y vaso con logo y eslogan de la escuela.

Ilustración 24 lapicero con logo de la escuela



Fuente: Elaboración propia. Lapicero con logo de la escuela y slogan.

Ilustración 25 blusa típica con logo de la escuela



Fuente: Elaboración propia. Blusa típica con escudo para usarla en actividades.

Ilustración 26 Medalla de reconocimiento



Fuente: Elaboración Propia. Medalla entregada a maestras por su labor docente

Ilustración 27 Pin de reconocimiento



Fuente: Elaboración propi. Primer año que dan un pin a las maestras de la escuela

Ilustración 28 Playera con logo



Fuente: Elaboración propia, playera con logo de la escuela para ser utilizada en actividades deportivas.

3.4 Nombre de la acción 4

Elaboración del material de la cultura organizacional

3.4.1 Objetivo

Visibilizar la identidad corporativa

3.4.2 Medio utilizado

Impresión de la pancarta y el estandarte con el logo de la escuela. Elaboración del asta para el estandarte.

3.4.3 Presupuesto utilizado

La inversión de esta acción fue de Q 375.00

3.4.4 Resultado obtenidos

La utilización de playeras en las actividades cívicas culturales y hacer notar su presencia como docentes del establecimiento.

3.4.5 Evidencia del material

Ilustración 29 Pancarta de la escuela



Fuente: Elaboración propia. Niños deteniendo la nueva pancarta en el desfile del 13 de septiembre.

Fuente: Elaboración Propia. La nueva pancarta de la escuela.

Ilustración 30 Estandarte de la escuela



Fuente: Elaboración propia. Es el primer año que se cuenta con un estandarte

3.5 Cronograma

Ilustración 31 cronograma

Mes	Enero				Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio				Julio				Agosto				Septiembre			
Semana	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				
1 Charla informativa																																				
2 Curso propedeutico																																				
3 Primera reunión con Licd. Brenda Chacón																																				
4 Presentación con la directora el proyecto a desarrollar																																				
5 Entrega de carta de solicitud para la realización del EPS																																				
6 Reunión con Licda Brenda para seccionar el trabajo																																				
7 Inicio de la observación																																				
8 Reunión con Licda Brenda de técnicas de recolección																																				
9 Fin de la observación																																				
10 Reunión sobre la guía de diagnóstico																																				
11 Entrevistas																																				
12 Reunión de objetivos de la investigación																																				
13 Realización de la información																																				
14 Entrega del diagnóstico																																				
15 Reunión con la Licda. Para afianzar el diagnóstico																																				
16 Propedeutico segunda fase																																				
17 Elaboración del plan de comunicación																																				
18 Presentación del plan de comunicación a la directora																																				
19 Reunión con la licda.																																				
20 Reunión virtual con Licda.																																				
21 Elboración del bifoliar																																				
22 Charla motivacional																																				
23 Entrega de la misión, visión a la institución																																				
24 Entrega del organigrama a la institución																																				
25 Entrega de blusas típicas con logo de la escuela																																				
26 Segundo almuerzo de convivencia																																				
27 Entrega de bifoliar a la directora de la escuela																																				
28 Entrega de llaveros, tazas y agendas, lapiceros.																																				
29 Entrega de estandarte																																				
30 Entrega de pancarta																																				
31 Reunión personal con la licda en forma virtual																																				
32 Visita de la licenciada a la institución																																				
33 Entrega de la tercera fase																																				

Conclusiones

Después de realizar la siguiente investigación y recabar la información de los instrumentos utilizados se puede concluir que:

Fortalecimiento de la comunicación interna: la implementación de un kit de identidad ha mejorado a la comunicación interna en la escuela, permitiendo que los docentes se sientan más identificados con la institución.

Relaciones laborales: las actividades que promueven el trabajo en equipo han fortalecido las relaciones laborales, manteniendo un ambiente de colaboración y confianza.

Motivación e integración: el trabajar conjuntamente en la motivación e integración se logran los objetivos deseados.

Difusión de mensajes: cuando los mensajes se transmiten adecuadamente, no hay inferencia en la comunicación.

Reconocimiento a los docentes: crear reconocimientos a los docentes por su colaboración en la institución promueven el sentido de pertenencia, mejora su desempeño y los ayuda a alcanzar sus objetivos.

Recomendaciones

Canalizar todas aquellas situaciones que generen problemas por más mínima que sea y así evitar la mala información que genere rumores.

Hacer actividades donde se pueda dar a conocer la historia de la escuela, la misión, visión y los valores con que cuenta la escuela, a los padres de familia.

Identificar la escuela en la parte de afuera con el escudo que la ha caracterizado para que todos aquellos padres de familia que inscriban a sus hijos por primera vez puedan ir familiarizándose.

Utilización de herramientas digitales para saber opiniones sobre la calidad de la información de maestras y padres de familia sin ser identificadas.

La implementación de actividades que ayuden a fortalecer el clima laboral después de las charlas impartidas.

Elaboración de un trifoliar con imágenes animadas para los alumnos con la historia de la escuela y los valores.

Colocar señalética dentro de la escuela para evitar accidentes por desastres naturales.

Realización de reuniones con maestras para hacer cambios significativos periódicamente en la cultura organizacional.

Organizar otra charla para fortalecer el liderazgo y un almuerzo de convivencia.

Bibliografía

- Cervera, D. R. (2014). Métodos y técnicas de investigación en relaciones internacionales. Madrid, España: Complutense.
- Díaz Gavilán, Y. K. (2003). Desarrollo de la imagen institucional Colegio Santa María Matellini de Chorillos. Lima Perú: Biblioteca Central UNMSM.
- Egg, A. (1995). Técnicas de investigación social. Buenos Aires Argentina: Lumen.
- Frances, A. (2001). Estrategias para empresas de América Latina. Caracas, Venezuela: IESA.
- Garrido, F. J. (2007) Las claves de comunicación empresarial en el siglo XX. Comunicación estratégica. Barcelona.
- Gonzalez, M. y. (2019). Metodología de la investigación educativa. Madrid, España: Pearson.
- Interiano, C. (2018). Elementos de Persuasión. Guatemala: Fenix.
- Katayama. (2014). Introducción a la investigación cualitativa. Lima, Perú: Fondo Editorial Garcilaso de la Vega.
- Momtero, I. y. (2017). Clasificación y descripción de investigación en psicología. Madrid, España: Servicios de publicación de la Universidad Autónoma.
- Narvaez Trejo, O. (2007). *Students' expectations of teacher: the case of students at Mexican Universitu English*. México: Metexol Journal.
- R., H. S. (2005). Validador de una escala para medir el clima laboral organizacional en el contexto laboral mexicano. México: Instituto de Estudios Universitario.
- Sampieri, R. H. (2014). Metodología de la investigación. México: McGraw, Hill.
- T., G. M. (2019). Investigación en educación: fundamentos teóricos metodológicos. Mexico: Trillas.
- Thompson, I. (2008) Qué es comunicación. México

Le damos al branding (2017) Cómo hacer un plan de comunicación para tu empresa.

Recuperado en:

<https://ignaciojaen.es/como-hacer-un-plan-de-comunicación-para tu empresa/>

Wrobel Smart Comm (2015) Introducción al Plan de Comunicaciones. Recuperado en

<http://wrobelsamrtcomm.com/introducción-al-plan-de-comunicaciones/>.

Daniela Bruno diagnóstico de comunicación. Recuperado en

<https://porunsiglo.wordpress.com/wp-content/uploads/2011/02/el-diagn3b3stico-comunicacional-daniela-bruno.pdf>

<https://www.significados.com/metodologia-de-la-investigacion/>

Fuente: <https://concepto.de/metodologia/#ixzz8Wb18zeSQ>

Anexos

Ilustración 32 Acto de inauguración del ciclo escolar 2024



Fuente de elaboración propia. Acto de bienvenida a los alumnos.

Ilustración 33 Entrega de alimentos a padres de familia



Fuente: Elaboración propia. Padres de familia haciendo cola para recibir los alimentos.

Ilustración 34 instalaciones



Fuente de elaboración propia. Alumnos entrando a la escuela.

Ilustración 35 Patio techado



Fuente de elaboración propia. Alumnos en formación para entrar a las aulas.

Ilustración 36 Aula de preparatoria



Fuente de elaboración propia. Aula remodelada de los niños de preparatoria.

Ilustración 37 Aula



Fuente: Elaboración propia. Aula remodelada de primaria

Ilustración 38 Maestras en el desfile



Fuente: Elaboración propia. Maestras en el desfile del 13 de septiembre como parte de actividad cívica del festejo de la independencia patria.

Ilustración 39 Maestras en actividad cívica



Fuente: elaboración propia. Maestras, directora y supervisor educativa en actividad cívica conociendo Totonicapán

Ilustración 40 Cocinera



Fuente: elaboración propia. Rigoberta Ixpertay la encargada de cocinar los alimentos a los alumnos

Ilustración 41 Maestra de cuarto grado



Fuente: Elaboración propia. Señora Edna Beatriz Orozco es su primer año en la escuela.

Ilustración 42 Maestra tercer grado



Fuente: elaboración propia. Ana Graciela Nuñez, hija de una de las directoras

Ilustración 43 Directora



Fuente: Elaboración propia. Sandra Celina Morales directora de la escuela.

Ilustración 44 Conserje



Fuente: elaboración propia. Elvia Vanesa Roldan es la que vela por la limpieza de la escuela.

Ilustración 45 Maestra primer grado



Fuente: Elaboración propia. Marleny Borrayo, su primer año dando primer grado en la escuela.

Ilustración 46 Abigail Rodas



Fuente: Elaboración propia. Abigail Rodas maestra de sexto grado y mano derecha de la directora.

Ilustración 47 Claudia Castillo



Fuente: Elaboración propia. Claudia Silvana Castillo maestra de segundo grado con 25 años de servicio.

Ilustración 48 Rebeca Melchor



Fuente: Elaboración propia. Melchora Rebeca Vásquez, profesora de la clase de educación musical.

Guía de observación: Escuela Oficial Urbana Mixta No. 42 Agustín Mencos Franco

Tabla 18 Guía de observación.

Identidad corporativa

Fecha	Variable a observar	si	no	Notas de lo observado
	Nombre	X		E.O.U.M. No. 42 Agustín Mencos Franco
	Historia	X		Está en proceso, porque se extravió debido a un remozamiento en la escuela.
	Misión	X		
	Visión	X		
	Objetivos Institucionales o corporativos		X	
	Valores o principios	X		
	Slogan		X	
	Organigrama	X		
	No de empleados	X		10
	Código de ética/normativo interno		X	
		X		

Alianzas Estratégicas

Tabla 19 Públicos

		Si	No	
	Internos	X		Alumnos y maestras
	Externos	X		Padres de familia
	Primarios			
	Secundarios			
	Aliados	X		MINEDUC
	Adversarios	X		Las escuelas que están en el sector

Tabla 20 Identidad visual

	Variable a observar	Si	No	Notas
	Logotipo/Marca	X		
	Pantone	X		

	Tipografía definida en todas las comunicaciones y canales digitales y tradicionales	X		En las hojas membretadas
	Manual o guía de identidad visual		X	

Tabla 21 Ecosistema digital

	Variable a observar	Si	No	Notas
	Página Web		X	
	Estrategia digital		X	
	Redes Sociales Facebook Instagram TikTok LinkedIn		X	
	Correo institucional		X	
	WhatsApp Bussiness ChatsBots		X	
	Recurso humano CM Project Manager Video fotografía	X		Solo recurso humano
	Recursos tecnológicos	X		1 computadora e internet para uso de la dirección

Tabla 22 Elementos materiales/tangibles

	Variable a observar	Si	No	Notas
	Tecnología	X		
	Instalaciones propias	X		
	Construcción formal	X		
	Después de la pandemia hubo algún cambio en la gestión del trabajo(presencial-teletrabajo)	X		Antes no había grupo de WhatsApp, ahora se mantiene
	Las instalaciones están en área geográfica adecuada, segura, accesible.	X		
	Señalética apropiada según códigos y símbolos internacionales y circunstanciales como COVID 19 y seguridad industrial.		X	
	Recursos financieros	X		Recursos del Estado

Gestión de la comunicación

Tabla 23 Nivel estratégico

	Variable para observar	Si	No	Notas
	Plan estratégico de comunicación PEI		X	
	Departamento de comunicación		X	
	Departamento de RRHH		X	
	Presupuesto	X		

Tabla 24 Gestión de la comunicación interna

	Variable a observar	Si	No	
	Flujos de la información: Vertical . Descendente . Ascendente Horizontal Circular	X		Es descendente, porque la información viene de la directora del plantel
	Medios y canales interno-formales: Correo institucional Intranet Red social interna Reuniones virtuales a través de plataformas Reuniones presenciales Circulares y oficios Grupos de mensajería instantánea Boletín informativo Buzón interno para sugerencia Revistas internas Carteleras informativas Teléfono PBX, celulares Otros	X	X X X X X X X X X X	
	Comunicación informal Rumores	X		

Tabla 25 Tonos de los mensajes a lo interno

	Variable a observar	Si	No	
	Informativos	X		
	Apelativos	X		
	Emotivos	X		
	Comando o instrucción	X		

Tabla 26 Ruidos y barreras

	Variables a observar	Si	No	
	Ruidos y barreras ambientales	X		La institución está a orilla de calle y se oye mucho ruido de carro.
	Psicológicos		X	
	Administrativos	X		
	Tecnológicos/físicos	X		Debido a que solo una computadora hay en dirección, no todas lo pueden usar.

Tabla 27 Clima laboral y cultural organizacional

	Variable a observar	Si	No	
	Sentido de pertenencia	X		
	Liderazgo	X		
	Participación y trabajo en quipo	X		
	Manejo del rumor	X		
	Promoción de la cultura organizacional		X	
	Estabilidad laboral	X		
	Servicios de Salud integral	X		
	Beneficios de ley	X		
	Beneficios adicionales	X		
	Seguridad industrial		X	
	Capacitaciones		X	
	Política de desarrollo laboral		X	
	Incentivos económicos/premios y reconocimientos por logro de objetivo		X	
	Celebraciones internas	X		
	Política de puertas abiertas		X	
	Manuales de funciones actualizados.	X		
	Ambientes de trabajo adecuados	X		
	Código de ética		X	
	Código de vestuario	X		

Tabla 28 Ámbito de comunicación externa

	Variable a observar	Si	No	
	Campañas de comunicación a través de medios masivos (radios, prensa, tv, internet, revistas especializadas)		X	
	Mensaje clave Hashtags Tono de mensaje		X	
	Campaña digital a través de redes sociales		X	
	Redes sociales: observar y analizar tono de mensajes, como se explica en el documento.		X	
	Revistas digitales		X	
	Canal de TV		X	
	Radio en Línea o programa de radio		X	
	Blogs informativos		X	
	Campaña de Relaciones Públicas		X	
	Campañas de comunicación o RRPP a través de medios alternativos: (congresos, simposios, patrocinios, ferias, activaciones BTL)		X	
	Otros		X	

Tabla 29 Ámbito de responsabilidad social empresarial

	Variables a observar	Si	No	
	Estrategias de responsabilidad social empresarial		X	
	Patrocinios		X	
	Donaciones	X		
	Alianzas con sector social y educativo, ambiental, cultural.		X	

Tabla 30 Manejo de crisis

	Variables a observar	Si	No	
	Estrategia de manejo de crisis		X	
	Manual de crisis		X	
	Otros			

Fuente proporcionada por la ECC y llenada con la información recopilada



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
EPS 2024



Diagnóstico de la Comunicación para la Escuela Oficial Urbana Mixta No. 42 Agustín Mencos Franco

1.- Cuántos años tiene de estar laborando dentro del establecimiento?
2.- ¿Sabe cuántos años tiene la escuela de haberse creado?
3.- ¿Sabe la historia de la escuela?
4.- ¿Conoce si la escuela tiene visión, misión y objetivos?
5.- ¿Qué otra asignación tiene dentro de la escuela?
6.- ¿Cómo describiría el clima laboral?
7.- ¿Qué elementos hacen que se sienta motivada para realizar su trabajo?
La comunicación que facilita la escuela
8.- ¿logra que se sienta miembro de la escuela?
9.- ¿Cree que la comunicación favorece el buen clima laboral?
10.- ¿Cree que la comunicación interna es eficiente?
11.- ¿La comunicación dentro del establecimiento fluye adecuadamente?
12.- ¿Cree que hay suficiente dialogo para resolver conflictos?
13.- ¿Qué medios se utilizan en la escuela para que le llegue la información?
14.- ¿La directora logra trasladar de forma efectiva la información para que se logren los objetivos en cada actividad?
15.- ¿La directora crea un ambiente motivador para realizar sus actividades?
16.- ¿La directora contribuye a su desarrollo profesional?

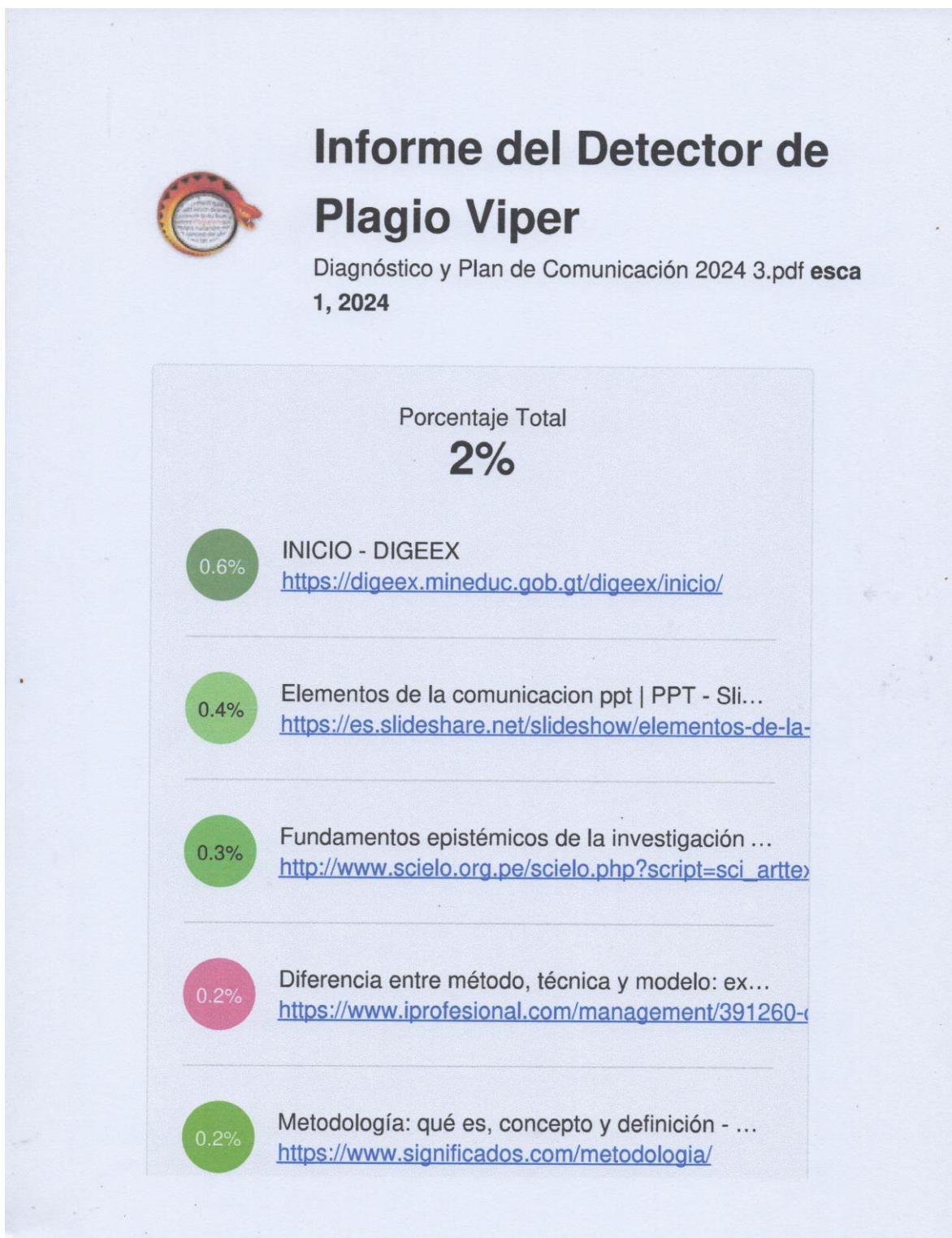
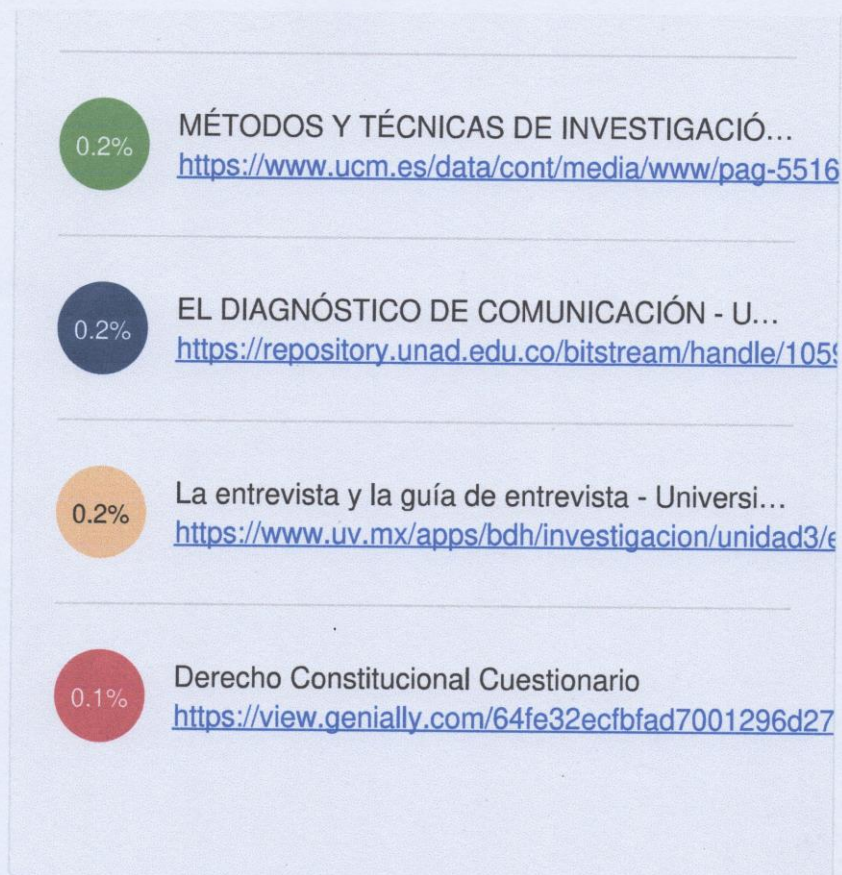


Ilustración 50 Informe de plagio



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA ESCUELA
DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN EJERCICIO
PROFESIONAL SUPERVISADO
DIAGNÓSTICO Y PLAN DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA
LA ESCUELA OFICIAL URBANA MIXTA N0. 42 AGUSTIN
MENCOS FRANCO J.V.
LESBIA MARITZA LÓPEZ RODRÍGUEZ LICENCIADA EN
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN GUATEMALA
OCTUBRE 2024

Universidad de San Carlos de Guatemala Escuela de Ciencias

Ilustración 51 Primer hoja de hora de practicas



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
 Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura 2024



Registro de Horas de práctica

Nombre Estudiante: Lesbia Maritza López Rodríguez
Registro Académico: 9711636
Jefe o Encargado (a): Sandra Celina Morales Tejada de Cáceres directora
Institución o Empresa: Escuela Oficial Urbana Mixta No. 42 Agustín Mencos Franco
Supervisor de EPSL: Brenda Yanira Chacón Arévalo

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS DE PRÁCTICA							Total, horas en la Semana	Actividades realizadas
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.			
1	Del: 26 al 31	Mayo	5	5	5	5	5	5	25	-Elaboración del plan de comunicación	
2	Del: 3 al 7	Junio	5	5	5	5	5	5	25	Elaboración del plan de comunicación	
3	Del: 10 al 14	Junio	5	5	5	5	5	5	25	-Presentación del plan de comunicación a la directora. -Elaboración de la agenda para realizar las actividades	
4	Del: 17 al 21	Junio	5	5	5	5	5	5	25	-Elaboración del diseño de la pancarta -Elaboración del diseño del estandarte	
5	Del: 24 al 28	Junio	5	5	5	5	5	5	25	-Elaboración del diseño de la misión y visión -Elaboración del diseño del organigrama -Primer almuerzo de convivencia	

Ilustración 52 Segunda hoja de horas de práctica

Sem. No.	Fechas	MES	HORAS DE PRÁCTICA							Total, horas en la Semana	Actividades realizadas
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.			
1	Del: 1 al 5	Julio	5	5	5	5	5		25	-Elaboración del diseño de bifoliar -Charla motivacional	
2	Del: 8 al 12	Julio	5	5	5	5	5		25	-Diseño de la taza, lapicero, llavero. -Diseño de la agenda. -Búsqueda de lugares para la impresión de materiales	
3	Del: 15 al 19	Julio	5	5	5	5	5		25	- Búsqueda de lugares para la impresión de materiales - Elaboración del contenido del bifoliar.	
4	Del: 22 al 26	Julio	5	5	5	5	5		25	- Entrega del material por parte de los proveedores -Ayuda en el contenido de la actividad Pre-independencia	
5	Del: 29 al 2	Julio/agosto	5	5	5	5	5		25	-Ayuda en elaboración de material para la actividad a nivel supervisión. Entrega de la pancarta.	
6	Del: 5 al 8	Agosto	5	5	5	5	5		25	Elaboración de la presentación para presentar a la directora y a la licenciada Entrega de la misión, visión, y organigrama.	
7	Del 12 al 16	Agosto	5	5	5	5	5		25	Visita de supervisión al establecimiento -Ayuda en actividades pre-independencia	

Ilustración 53 Tercer hoja de horas de práctica

Se m. No.	Fechas	MES	HORAS DE PRÁCTICA						Total, horas en la Semana	Actividades realizadas
			Lun.	Mar.	Mier.	Jue.	Vie.	Sáb.		
2	Del: 19 al 21	Agosto	5	5	5					Ayuda en los ensayos para la presentación de la actividad del 21 de agosto. Entrega del estandarte
3	Del: 26 al 30	Agosto					5			Almuerzo de convivencia y entrega de la agenda, llavero, tazas, lapiceros.
TOTAL HORAS DE PRÁCTICA REGISTRADAS 300										

Nota: Diariamente puede ser registradas de 1 a 8 horas de trabajo virtual o presencial


 Nombre, Firma y sello
 Sandra Belina Morales
 Jefe encargado


 Nombre y Firma
 Supervisor/a EPSL