

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



**DIAGNOSTICO Y PROPUESTA DE COMUNICACIÓN INTERNA
EN EL COLEGIO KIDS WORLD**

Roxana Maria Baldizón Florián

Guatemala 17 de Mayo de 2018

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Escuela de Ciencias de la Comunicación

DIAGNOSTICO Y PROPUESTA DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA EL
COLEGIO KIDS WORLD

Trabajo de tesis presentado por

Roxana Maria Baldizón Florian

Previo a optar al título de
Licenciada en ciencias de la comunicación

Antonio Melgar

Guatemala 17 de mayo de 2018

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
Escuela de Ciencias de la Comunicación

Director

M Sc. Sergio Vinicio Morataya García
Consejo Directivo

Representantes Docentes

Lic. Mario Enrique Campos Trigilio
M.A. Gustavo Adolfo Morán Portillo

Representantes Estudiantiles

Anaitè Machuca
Mario Barrientos

Representante Egresado

M.A. Johnny Michael González Batres

Secretaria

M Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos

Tribunal Examinador

| | |
|---|-------------------|
| Lic. Carlos Antonio Melgar contreras | Presidente |
| M. Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos | Revisora |
| M.A Ruth Betsabé Ovando Hernández | Revisora |
| Lic. Victor Tomás Carillas Bran | Examinador |
| Lic. Edgar Augusto Martínez García | Examinador |
| M.A. Donaldo Vásquez Zamora | Suplente |



Guatemala 02 de octubre de 2017
Dictamen aprobación 120-17
Comisión de Tesis

Estudiante

Roxana Maria Baldizón Florian,
carné 1631 53922 0101
Registro Académico 200916706
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad de Guatemala

Estimado(a) estudiante

Para su conocimiento y efectos, me permito transcribir lo acordado por la Coordinación de Tesis en el inciso 1.3 del punto 1 del acta 009-2017 de sesión celebrada el 29 de septiembre de 2017 que literalmente dice:

1.3 Comisión de Tesis acuerda: A) Aprobar al (la) estudiante Roxana Maria Baldizón Florian, carné 1631 53922 0101, registro académico 200916706 el proyecto de tesis. DIAGNÓSTICO Y PROPUESTA DE COMUNICACIÓN INTERNA EN EL COLEGIO KIDS WORLD. B) Nombrar como asesor(a) a: Licenciado Carlos Antonio Melgar Contreras.

Asimismo, se le recomienda tomar en consideración el artículo número 5 del *Normativo para la Realización de Tesis*, que literalmente dice:

...“se perderá la asesoría y deberá iniciar un nuevo trámite, cuando el estudiante decida cambiar de tema o tenga un año de habersele aprobado el proyecto de tesis y no haya concluido con la investigación.” (lo subrayado es propio).

Atentamente,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

Dra. Aracelly Krisandá Mérida González
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: Comisión de Tesis
AKMG/Anaijr





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

140-17

Guatemala, 31 de octubre de 2017
Comité Revisor/ NR
Ref. CT-Akmg 079-2017

Estudiante
Roxana María Baldizón Florian
Carné 1631 53922 0101
Registro Académico 200916706
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante

De manera atenta nos dirigimos a usted para informarle que la Dirección de la Escuela de Ciencias de la Comunicación y esta comisión nombraron al COMITÉ REVISOR DE TESIS para revisar y dictaminar sobre su tesis: “: *DIAGNÓSTICO Y PROPUESTA DE COMUNICACIÓN INTERNA EN EL COLEGIO KIDS WORLD*”.

Dicho comité debe rendir su dictamen en un plazo no mayor de 15 días calendario a partir de la fecha de recepción y está integrado por los siguientes profesionales:

| | |
|--------------------------------------|---------------|
| Lic. Carlos Antonio Melgar Contreras | presidente(a) |
| M.Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos | revisor (a) |
| M.A. Ruth Betsabé Ovando Hernández | revisor (a) |

Atentamente,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García
← Director ECC



Dra. Aracelly Krisanda Mérida González
Coordinadora Comisión de Tesis



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

Edificio M2,
Ciudad Universitaria, zona 12.
Teléfono: (502) 2418-8920
Telefax: (502) 2418-8910
www.comunicacionusac.org



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala



Autorización informe final de tesis por Terna Revisora

Guatemala, 19 de febrero del 2018

M.A.
Aracelly Mérida,
Coordinadora
Comisión de Tesis
Escuela de Ciencias de la Comunicación,
Edificio Bienestar Estudiantil, 2do. Nivel.
Ciudad Universitaria, zona 12

Distinguida M.A. Mérida:

Atentamente informamos a ustedes que el estudiante Roxana Maria Baldizón Florian Carné 200916706. Ha realizado las correcciones y recomendaciones a su TESIS, cuyo título es:

"DIAGNOSTICO Y PROPUESTA DE COMUNICACIÓN INTERNA EN EL COLEGIO KIDS WORLD

En virtud de lo anterior, se emite DICTAMEN FAVORABLE a efecto de que pueda continuar con el trámite correspondiente.

"Id y enseñad a todos"

M.Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos
Revisora

M.A. Ruth Betsabé Ovando Hernández
Revisora

Presidente Comisión Revisora
Lic. Carlos Antonio Melgar Contreras



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

140-17

Guatemala, 08 de marzo de 2018
Tribunal Examinador de Tesis/N.R.
CT-Akmg-No.028-18

Estudiante

Roxana María Baldizón Florian
Carné 1631 53922 0101
Registro Académico 200916706
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado(a) estudiante:

Por este medio le informamos que se ha nombrado al tribunal examinador para que evalúe su trabajo de investigación con el título: *“DIAGNÓSTICO Y PROPUESTA DE COMUNICACIÓN INTERNA EN EL COLEGIO KIDS WORLD”*, siendo ellos:

| | |
|--------------------------------------|---------------|
| Lic. Carlos Antonio Melgar Contreras | presidente(a) |
| M.Sc. Claudia Xiomara Molina Avalos | revisor (a) |
| M.A. Ruth Betsabé Ovando Hernández | revisor (a) |
| Lic. Víctor Tomás Carillas Bran | examinador(a) |
| Lic. Edgar Augusto Martínez García | examinador(a) |
| M.A. Donaldo Vásquez Zamora | suplente |

Cuando Secretaría nos indique la fecha de su examen privado se la estaremos confirmando vía correo electrónico, por lo que solicitamos este pendiente del mismo.

Deseándole éxitos en esta fase de su formación académica, nos suscribimos.

Atentamente,

“ID Y ENSEÑAD A TODOS”

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García.
Director ECC



Dra. Aracelly Krisanda Mérida González
Coordinadora Comisión de Tesis



USAC
TRICENTENARIA
Universidad de San Carlos de Guatemala

Edificio M2,
Ciudad Universitaria, zona 12.
Teléfono: (502) 2418-8920
Telefax: (502) 2418-8910
www.comunicacionusac.org



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

108-17



Guatemala, 17 de mayo de 2018
Orden de impresión/NR
CT-Akmg- No. 031-18

Licenciado (a)
Roxana María Baldizón Florian
Carné 1631 53922 0101
Registro Académico 200916706
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Ciudad Universitaria, zona 12

Estimado (a) Licenciado (a)

Nos complace informarle que, con base a la autorización de informe final de tesis por asesor, con el título: "DIAGNÓSTICO Y PROPUESTA DE COMUNICACIÓN INTERNA EN EL COLEGIO KIDS WORLD", se emite la orden de impresión.

Apreciaremos que sean entregados un ejemplar impreso y un disco compacto en formato PDF, en la Biblioteca Central de esta universidad; tres ejemplares y dos discos compactos en formato PDF, en la Biblioteca Flavio Herrera y nueve ejemplares en la Secretaría General de esta unidad académica ubicada en el 2º nivel del Edificio M-2.

Es para nosotros un orgullo contar con un profesional como usted, egresado de esta Escuela, que cuenta con todas las calidades para desenvolverse en cualquier empresa en beneficio de Guatemala, por lo que le deseamos toda clase de éxitos en su vida.

Atentamente,

ID Y ENSEÑAD A TODOS


M.Sc. Sergio Vinicio Morataya García
Director ECC


Dra. Aracelly Krisanda Mérida González
Coordinadora Comisión de Tesis



Copia: archivo

"Por una Universidad de Educación Superior Pública y de Calidad"
OLIVERIO CASTAÑEDA DE LEÓN

Índice

| | Pág. |
|---|-------------|
| Resumen | 1 |
| Introducción..... | 3 |
| | |
| Capítulo I Marco Conceptual | 5 |
| 1.1 Título del tema | 5 |
| 1.2 Antecedentes | 5 |
| 1.3 Justificación..... | 7 |
| 1.3.1 Para beneficio personal | 7 |
| 1.3.2 Para beneficio de la Escuela de Ciencias de la Comunicación | 7 |
| 1.3.3 Para beneficio de la sociedad..... | 7 |
| 1.4 Planteamiento del Problema | 8 |
| 1.5 Alcances y límites..... | 9 |
| 1.5.1 Objeto de Estudio | 9 |
| 1.6 Alcance Geográfico | 9 |
| 1.7 Alcance Institucional..... | 9 |
| 1.8 Alcance Personal | 9 |
| 1.9 Alcance Temporal | 9 |
| 1.10 Límites Espaciales | 9 |
| | |
| Capítulo II Marco Teórico | 10 |
| 2.1 Centro Escolar | 10 |
| 2.2 Colegio Kids World..... | 10 |
| 2.2.1 Misión Colegio Kids World | 11 |
| 2.2.2 Visión Colegio Kids World | 11 |
| 2.3 Diagnóstico | 11 |
| 2.3.1 Diagnóstico Pasivo..... | 12 |
| 2.3.2 Diagnóstico Participativo | 12 |

| | | |
|--------------------------------|---|----|
| 2.4 | Estrategia de comunicación | 12 |
| 2.5 | Comunicación interna..... | 14 |
| 2.5.1 | Beneficios de una comunicación interna adecuada | 15 |
| 2.6 | Comunicación Externa | 16 |
| 2.7 | Comunicación Educativa..... | 16 |
| 2.8 | Importancia de promover una comunicación interna en un centro escolar | 16 |
| 2.9 | Comunicación interpersonal..... | 19 |
| 2.10 | Ambiente Laboral | 20 |
| 2.11 | Factores importantes de un clima laboral..... | 21 |
| 2.12 | Motivación para empleados | 22 |
| 2.13 | Funciones de la Comunicación para la Solución del Problema..... | 23 |
| 2.13.1 | Función cognoscitiva..... | 23 |
| 2.13.2 | Función Asertiva..... | 23 |
| 2.13.3 | Función fáctica o de implicación..... | 24 |
| 2.14 | Los Componentes del Plan de Comunicación..... | 24 |
| 2.15 | Corrientes de la Comunicación | 25 |
| 2.15.1 | Teoría Estructural Funcionalista..... | 25 |
| 2.16 | Teoría del conductismo o de efectos limitados | 26 |
| 2.17 | Teoría de comunicación social..... | 27 |
| 2.18 | Relación humana | 27 |
| 2.19 | Las relaciones públicas como ciencia | 28 |
| Capítulo III Metodológico..... | | 30 |
| 3.1 | Metodología de investigación..... | 30 |
| 3.1.1 | Método inductivo | 30 |
| 3.2 | Tipo de Investigación | 30 |
| 3.3 | Objetivos | 31 |
| 3.3.1 | Objetivo General | 31 |
| 3.3.2 | Objetivos Específicos | 31 |
| 3.4 | Técnicas..... | 31 |

| | | |
|---|---|----|
| 3.5 | Instrumento | 31 |
| 3.6 | Población | 31 |
| 3.7 | Muestra | 32 |
| Capítulo IV Análisis de Datos y Resultados | | 33 |
| 4.1 | Datos Encuestados | 33 |
| 4.2 | Análisis de Resultados | 33 |
| 4.3 | Diagnóstico de comunicación interna en Colegio Kids World | 51 |
| 4.4 | Análisis FODA | 53 |
| Capítulo V Estrategia de Comunicación Interna | | 54 |
| 5.1 | Antecedentes | 54 |
| 5.3 | Objetivos | 54 |
| 5.4 | Público Objetivo | 54 |
| 5.5 | Mensaje | 54 |
| 5.6 | Estrategia | 55 |
| 5.6.1 | Propuesta de Comunicación de Plataforma | 57 |
| 5.7 | Acciones | 62 |
| Conclusiones | | 63 |
| Recomendaciones | | 64 |
| Referencias Bibliográficas | | 65 |
| Anexos | | 68 |

Resumen

- Título:** Diagnóstico y propuesta de comunicación interna en el Colegio Kids World.
- Autor:** Roxana María Baldizón Florián.
- Universidad:** Universidad de San Carlos de Guatemala
- Unidad Académica:** Escuela de Ciencias de la Comunicación.
- Instrumentos:** Se utilizaron fichas bibliográficas, cuestionarios, tesis, libros e internet para trabajar la investigación
- Procedimiento:** La investigación se llevó a cabo a través de un proceso de observación en el Colegio Kids World, también se usó la entrevista como herramienta secundaria para conocer y analizar los procesos actuales del colegio; luego de ello se realizó el llenado de un cuestionario el cuál contenía preguntas significativas que ayudaron a la obtención de resultados que a través de un análisis pude obtener un diagnóstico para luego proponer una estrategia que les ayudara a mejorar procesos internos y la comunicación interna como institución educativa.

Resultados y Conclusiones

Los resultados de los cuestionarios dieron alertas para reconocer que la comunicación interna en el Colegio sí existe, sí la conocen, pero no existe un proceso establecido para llevarla a cabo, debido a esto se da la desinformación entre su personal y dificulta la

efectividad de procesos de comunicación que todos los empleados deberían de seguir, es por esta razón que se recomienda el uso de la estrategia propuesta para mejorar la estructura y comunicación interna entre empleados, administración y demás áreas que coordinan.

Introducción

La comunicación desde siempre ha sido una de las fuentes más importantes de intercambio de información entre personas, está presente en todos los medios que utilizan las personas para compartir de persona a persona.

Gracias al acceso que brindó el Colegio Kids World que es una institución educativa que tiene como misión la formación de niños y jóvenes con excelencia académica y una sólida base de principios y valores a través de un proyecto educativo integral, personalizado, comprometidos con la formación de ciudadanos líderes, integrales, competentes y emprendedores, se pudo tener acceso a realizar una observación profunda en sus equipos de trabajo acerca de sus procesos actuales de trabajo y la forma en que sus maestros empleaban la comunicación interna, de esa manera se logró observar cuáles eran los procesos actuales en que se comunicaban internamente para tareas diarias como la organización de sus actividades mensuales, coordinación de reuniones, entrega de cuadros de notas, etc. Y gracias a esa observación se pudo conocer como su actual proceso estaba ayudando o perjudicando al desarrollo de sus actividades diarias y colectivas.

Luego de un previo diagnóstico obtenido por los resultados de las herramientas utilizadas, se logró detectar las debilidades y las oportunidades que existían para trabajar en la mejora de la comunicación y organización interna en las áreas afectadas, por ese motivo se desarrolló una propuesta estratégica que pretende ayudar a la mejora de la comunicación interna con los empleados del colegio.

El contenido de este informe cuenta con 4 marcos; el marco conceptual en donde se define qué problema se desarrolló, su justificación y el porqué del problema, seguido de un marco teórico en donde se encuentra plasmada la mayor información resumida del tema de comunicación interna para que el lector pueda entender, luego el diagnóstico y estrategia propuesta. Luego se encuentra el marco metodológico, donde se describen las herramientas con las que desarrolló dicha investigación, concluyendo con el marco de análisis de resultados y diagnóstico realizado, luego de una serie de actividades que ayudaron a

determinar la estrategia propuesta al final de este informe, finaliza con recomendaciones y conclusiones en beneficio de la institución.

Capítulo I Marco Conceptual

1.1 Título del tema

Diagnóstico y propuesta de comunicación interna para el Colegio Kids World

1.2 Antecedentes

Tras la búsqueda de información del tema a investigar, se encontraron las siguientes tesis en la Escuela de Ciencias de la Comunicación realizadas a nivel de licenciatura en la biblioteca Flavio Herrera del Edificio Bienestar estudiantil.

- Juan Ramón Valdez Contreras, 2010. Diagnóstico y propuesta para poner en práctica la comunicación interpersonal en la guardería infantil Magic Kids”

Esta tesis concluye luego de su diagnóstico que las comunicaciones interpersonales no se aplican de forma correcta, pues el personal de Magic Kids no tiene claro el concepto acerca de éstas. Así mismo se observó que en las actividades donde las comunicaciones interpersonales representan un papel crucial no se involucra a todo el personal y se pierde la armonía para propiciar un clima organizacional adecuado en el desarrollo de las actividades, es por eso que se realizó una propuesta de comunicación para capacitar a su personal acerca de cómo se recomienda que se deben de llevar las relaciones interpersonales.

- Alexis Anderson Escobar Najarro, 2013, Estrategia de Comunicación Externa para la Fundación Ramiro Castillo Love.

Esta tesis concluye en que el autor desarrolló una estrategia que le permitió a la fundación difundir, de manera estratégica, a través de las diferentes herramientas atribuidas al ámbito de la comunicación, su imagen, sus principios, valores, contenidos como sus avances de manera sistemática.

Así mismo se realizó una búsqueda de los temas investigados recientemente en tesis de maestrías de la Escuela de Ciencias de la comunicación los cuales fueron utilizados de apoyo para esta investigación.

- Edlyn Rene Bolaños Mancio, 2013. Estrategia de Comunicación interna del Colegio Mixto Mayaland.

Esta tesis concluye en que los mecanismos de comunicación más utilizados en este establecimiento son los escritos; como memos y circulares, seguidos por los medios de comunicación verbales entre los cuales se encuentra las sesiones y reuniones, por lo que se les proporcionó a los empleados conocer sus roles comunicacionales dentro de la empresa para optimizar sus labores, así como también para eliminar la información ambigua. Contar con un íntegro plan de comunicación interna alineado con la estrategia global de la organización.

- Licda. Arelis Renee Bolaños Mancio, 2013 Estrategia de Comunicación interna del Centro Educativo Fe y Alegría No.45.

Esta tesis concluye al determinar la situación actual de la comunicación interna del Centro Educativo se observó que todos los mensajes que se dan en la organización a nivel interno se hace de forma oral por medio de charlas, reuniones y conversaciones. La problemática de este tipo de comunicación es que no existe retroalimentación por que no se hace uso de los canales formales de comunicación, actualmente no se hace uso regular de las herramientas de la comunicación con las que cuenta el establecimiento, lo que puede afectar la distribución de información hacia todo el persona, así mismo existes una falta de interés al recibir los mensajes dando origen a la mal interpretación de información.

1.3 Justificación

1.3.1 Para beneficio personal

El propósito de la elaboración de esta investigación es porque se siente la necesidad de crear un cambio a través del manejo de la comunicación interna en un grupo específico de personas. Se considera que el investigar acerca del comportamiento de personas y conocer cómo se desarrollan en un grupo de trabajo, es un punto importante para el crecimiento profesional, se considera importante investigar y saber por qué se considera importante conocer las formas en que los grupos de personas desarrollan sus tareas, conocer si su forma de evaluación se daba de una forma organizacional, con una mejor motivación, o una buena comunicación; para ello es esta investigación ya que su fin propuso conocer las necesidades y las formas adecuadas de lograr un buen ambiente laboral y una buena comunicación interna a través de la estrategia que se plantea.

1.3.2 Para beneficio de la Escuela de Ciencias de la Comunicación

Es importante realizar esta investigación para que la Escuela de Ciencias de la Comunicación cuente con tesis e investigaciones de calidad que puedan ayudar a futuras personas a tener antecedentes para investigar sus temas de interés, es por eso que considera importante trabajar un diagnóstico de comunicación para ampliar las fuentes de información de la Escuela de Ciencias de la Comunicación y así evidenciar la importancia de crear estrategias de comunicación.

1.3.3 Para beneficio de la sociedad

La propuesta de comunicación que se propone tiene como fin brindar herramientas de comunicación a través de técnicas de motivación que brinden un aporte a establecimientos educativos, para que las personas que laboran en ellos las conozcan y aprendan a usarlas a beneficio de su trabajo cotidiano.

Una de las razones por la cual se desarrolló esta tesis es porque se consideró importante que la sociedad pueda conocer las vías de comunicación que se utilizan en los establecimientos educativos, investigar si los flujos de información

se trasladan de manera correcta y luego proceder a hacer una observación y finalizar con un diagnóstico, esto es importante para establecer una propuesta de comunicación interna para que se aplique cotidianamente en busca de mejoras en los establecimientos educativos. Guatemala es un país en donde existen más de 10,000 colegios y es importante poder emprender una investigación cualitativa que refleje que la buena comunicación interna en un lugar de trabajo es el éxito para cualquier establecimiento.

1.4 Planteamiento del Problema

Se conoce que en centros escolares ha existido un problema de comunicación interna entre colaboradores, maestros y personal administrativo, por ende esta tesis pretendió elaborar un diagnóstico y una propuesta de comunicación para resolver esta problemática, a través de herramientas de investigación para encontrar el problema entre los flujos de información que existe.

A través de una dedicada investigación de comunicación interna en establecimientos, se logró conocer que muchas personas se interesan por investigar este tema, esto se debe a que la comunicación siempre será un factor importante para la sobrevivencia del ser humano.

Antecedentes de investigaciones demuestran que la comunicación interna en establecimientos educativos es uno de los factores más influyentes para el desempeño de un buen trabajo y desarrollo de un buen clima laboral.

Los comunicadores siempre han estado tras la búsqueda adecuada de una estrategia de comunicación con el fin que ciertos grupos objetivos entiendan qué es la comunicación interna y cómo a través de ella podemos lograr tener la motivación que se necesita para realizar bien el trabajo. Por lo tanto surgió la inquietud de plantear una pregunta principal para describir y detallar el tema que se investigó.

¿Cuál es la situación actual de la comunicación interna en el Colegio Kids World?

1.5 Alcances y límites

1.5.1 Objeto de Estudio

Elaborar un diagnóstico y una estrategia de comunicación interna para el Colegio Kids World para la mejora de su comunicación interna entre colaboradores.

1.6 Alcance Geográfico

5ta Avenida Zona 12 Colonia Morse

1.7 Alcance Institucional

Centro Escolar Kids World

1.8 Alcance Personal

Esta investigación se designó a los empleados que laboraran actualmente para el centro escolar Kids World, con relación al nexo interno de esta institución, estuvieron involucrados únicamente los maestros, coordinación y dirección general.

1.9 Alcance Temporal

La siguiente investigación tuvo un tiempo determinado para llevarse a cabo en los meses Junio 2016 al mes de Junio 2017.

1.10 Límites Espaciales

No se involucró a ningún otro establecimiento, ni persona que no laborara en el Centro escolar Kids World.

No se involucró la participación u opinión de estudiantes de este centro escolar.

Capítulo II Marco Teórico

2.1 Centro Escolar

La gestión y la organización de un centro educativo requiere un conocimiento exhaustivo acerca de que es una organización y su funcionamiento, conocer cada una de las estructuras de trabajo, aprendizaje y convivencia tanto del equipo docente como de los propios alumnos, un centro escolar busca conseguir una mejora de su personal educativo y optar por la calidad, los temas de la organización, gestión y la metodología se convierten en puntos de necesidad a tratar para la mejora y conseguir una excelencia educativa en las organizaciones .

Centro Escolar es cualquier centro docente, centro de enseñanza, centro educativo, colegio, institución educativa o centro de participación; es decir, toda institución que imparta educación o enseñanza.

Suele designar específicamente a los centros de enseñanza primaria o a las escuelas universitarias que, junto con las facultades, forman las universidades.

2.2 Colegio Kids World

El Centro escolar Kids World cuenta con una página web www.kidsworld.edu.gt en donde describen que son una institución docente, privada, coeducativo, laica y apolítica. Ofrecen una base académica sólida que capacita a los alumnos para continuar con éxito sus estudios posteriores, siendo parte fundamental la formación moral. Participan en el desarrollo de su personalidad para que en el futuro ellos sean capaces de tomar sus propias decisiones y así colaborar en el progreso de Guatemala.

En Kids World ofrecen:

- Calidad educativa
- Infraestructura
- Rendimiento académico
- Calidad docente

- Comunicación familia/colegio
- Calendario

2.2.1 Misión Colegio Kids World

Formar niños y jóvenes con excelencia académica y una sólida base de principios y valores a través de un proyecto educativo integral, personalizado, actualizado e incluyente, que permita al alumno crear un pensamiento lógico y crítico para su adecuado desarrollo personal y profesional.

2.2.2 Visión Colegio Kids World

Ser reconocidos como un colegio líder en el país por el alto desempeño académico y sólida preparación humana,

2.3 Diagnóstico

El diagnóstico consiste en una lectura esencial de determinada situación social, desde una perspectiva histórica, lo que significa que ni la sociedad ni la naturaleza son transparentes a una primera lectura o a una primera interpretación.

De la Mota (1994: p.429) en su enciclopedia de la Comunicación define el término diagnóstico como el “Informe sintético de un problema estudiado del que surge la posible solución mediante el programa de acción correspondiente.” A lo que Rodríguez Mansilla (2005: p.24) dice: “El diagnóstico es entendido como parte de una práctica profesional, en que un determinado especialista debe hacer uso de su conocimiento para interpretar los síntomas del interesado. El diagnóstico, por lo tanto, encuentra su sentido en su aplicabilidad práctica para la solución de un problema”

Este proceso se inicia con una fase de observación de los primeros síntomas hasta las conclusiones, el punto de partida siempre es irregular, el diagnóstico es un esfuerzo sistemático, coordinado que se desarrolla a partir de una determinada organización y con la mayor participación de la población en la decisión de los temas básicos a investigar. Existen 2 tipos importantes de diagnósticos.

2.3.1 Diagnóstico Pasivo

Se le llama así al diagnóstico practicado por un grupo de especialistas, de manera tal que el grupo objetivo ya sea una organización o comunidad en general se tome como objeto de análisis, todo se hace desde fuera del grupo objetivo, se toman datos que les pertenecen, se evalúan y se sacan conclusiones sin su participación. Los propios interesados son integrados al diagnóstico sólo para dar información, muchas veces no saben siquiera para que se les solicita tal información, este diagnóstico también es conocido como autoritario.

2.3.2 Diagnóstico Participativo

Se le llama así al diagnóstico en el que un grupo objetivo sea igual una institución o una comunidad en general que reconoce su situación, selecciona problemas se organiza para buscar datos, analiza estos últimos y saca conclusiones, ejerce en todo momento su poder de decisión, se mantiene al tanto de lo que hacen los investigadores y ofrece su esfuerzo y experiencia para llevar adelante una labor en común. Es así como un diagnóstico participativo se constituye en un proceso educativo. Cuando conocimientos y experiencias son compartidos a través de flexiones grupales y discusiones todas aprenden de los demás, este tipo de diagnóstico también constituye un buen camino para superar de alguna manera a la falta de comunicación entre los miembros de una comunidad o de una institución, falta de comunicación de experiencias o de conocimientos.

2.4 Estrategia de comunicación

Una estrategia de comunicación reúne un conjunto de acciones preparadas para lograr un objetivo específico a través de comunicación intergrupar, medios masivos, medios alternativos, comunicación interpersonal, etc.

Pero al hablar de una estrategia de comunicación, De la Mota (1994: p.567) dice que es la "Habilidad técnica y espíritu creativo en el planteamiento y desarrollo de

una acción de comunicación, de acuerdo con los medios a utilizar y en la más perfecta coordinación”.

Es importante verla como una herramienta diseñada para articular acciones comunicativas de orden interno que ayuden a consolidar procesos institucionales para formar planes y se orienten a informar.

Por su parte, Benito (1991: p.492) dice que “una de las notas distintivas del concepto de estrategia es la que hace referencia a la aparición de una situación problemática, conflictiva, cuya resolución no resulta fácil en un primer análisis de la misma, ya que no hay una sola vía o camino, sino múltiples y sus resultados se desconocen en un primer momento”.

Un concepto más exacto, lo encontramos en el Diccionario de la Comunicación De La Mota (1988: 78), que define estrategia como un conjunto de reglas encaminadas a tomar la mejor decisión en cada momento. Esta no posee significado particular y de clara delimitación, ya que es revestido con múltiples sentidos, según sea el ámbito de aplicación.

Según el foro Evaluación de la educación en internet (<http://www.oei.es/metas2021/foroevaluacion.htm>) es importante saber y conocer bien a nuestro grupo objetivo para poder plantear un plan de comunicación eficaz, generalmente se puede conocer a través de preguntas que logren determinar la finalidad de nuestro plan, por ejemplo:

¿Qué queremos conseguir?

¿Quién es nuestro grupo objetivo?

¿Qué queremos que se haga con la información que se brinde?

¿Cuál es el mensaje que queremos transmitir?

¿Cuáles serán los medios apropiados?

¿Cuál será el presupuesto, entre otras preguntas?

Todas estas preguntas planteadas anteriormente son un sistema para poder hacer ver a nuestro grupo objetivo hacia donde quiere llegar con la estrategia y qué resultados se esperan, estas son solamente algunas de las interrogantes que se

buscan responder en una estrategia, todo dependiendo de su finalidad. Para lograr una estrategia eficaz de comunicación es importante que todas las partes involucradas estén informadas acerca de la institución u organización para la cual se realiza la estrategia, de otra manera no sería una estrategia concreta y coherente con resultados.

2.5 Comunicación interna

Esta comunicación es específicamente dirigida al cliente interno, es decir, al trabajador. Nace como respuesta a las nuevas necesidades de las compañías de motivar a su equipo humano y retener a los mejores en un entorno empresarial donde el cambio es cada vez más rápido. Incorpora un conjunto de acciones y productos orientados a lograr la vinculación, motivación e integración de propiciar acuerdos sobre el diseño y ejecución de planes, programas, estrategias y proyectos.

Según Manuel Tessi (2012: P88) las prácticas de vanguardia demuestran que la comunicación en el ámbito laboral alcanza logros profundos cuando se gestiona de manera transversal, con estrategias que conciben a los distintos niveles de la organización como emisores de mensajes y no sólo como receptores de información. La experiencia demuestra que hay dos actores claves que inician este proceso: la dirección de la empresa cuando percibe el impacto que este enfoque tiene en el cuadro de resultados y el área responsable de comunicaciones cuando avanza hacia roles consultivos, para potenciar las habilidades comunicativas de todos los integrantes de la empresa.

En su término más simple, la comunicación interna es la comunicación dentro de una organización, abarca tanto la comunicación oficial como memorándum, normas, políticas y procedimientos, etc. como la no oficial, la cual ocurre entre los miembros de toda la organización, el intercambio de ideas y opiniones, el desarrollo de relaciones y la conversación personal. Ocurre en todas

direcciones entre el personal de primera línea, administradores, supervisores y personal de apoyo, voluntarios y tal vez incluso una junta directiva.

La comunicación interna es más que personas hablando entre sí. Es la vida de cualquier organización, la manera en como las personas obtienen información que necesitan. Significa que cualquier persona puede obtener fácilmente una respuesta y que nadie quede fuera cuando haya una celebración de cumpleaños, este tipo de comunicación tiene beneficios congruentes para una institución, a continuación se mencionan algunos beneficios que se han observado en algunas empresas e instituciones que ayudaron a orientar el objetivo de la investigación.

2.5.1 Beneficios de una comunicación interna adecuada

Según el capítulo 15 del manual de community Tool Box ([http://ctb.ku.edu/es/tabla-de-contenidos/liderazgo/administracion efectiva/comunicación-interna/principal](http://ctb.ku.edu/es/tabla-de-contenidos/liderazgo/administracion_efectiva/comunicación-interna/principal)) la comunicación interna aporta beneficios para personas que se desenvuelven en grupos de trabajo, entre los más importantes se pueden mencionar los siguientes:

- Brindar la información que necesitan las personas para hacer su trabajo efectivamente.
- Ser un vehículo para que todos sepan sobre cualquier cosa que sea de su interés.
- Proveer a la gente estándares claros y expectativas para su trabajo.
- Dar a la gente retroalimentación sobre su propio rendimiento.
- Proveerles apoyo emocional para el trabajo difícil.
- Sugerir nuevas ideas sobre su trabajo y sus vidas.
- Les permite tener un entendimiento de la situación general de la organización.
- Les ayuda a mantener una visión compartida y un sentido de pertenencia a la organización.

De muchas maneras, la comunicación interna es el lazo de unión que mantiene a una organización junta. Sin esto, el grupo es solamente una colección de individuos desconectados cada uno trabajando en su labor. Con esto, son una unidad con un poder más allá de la suma de sus partes.

2.6 Comunicación Externa

Es el conjunto de actividades generadoras de mensajes dirigidos a crear, mantener o mejorar la relación con los diferentes públicos objetivos, este tipo de comunicación fomenta prácticas sociales compatibles con la vida, promueve actividades y servicios. La comunicación externa es la transmisión y recepción de datos, pautas, imágenes referidas a la organización y a su contexto.

Esta comunicación es tan vital para la organización como la comunicación interna, entre ellas además debe existir una alta integración, aunque la comunicación externa quede vinculada a departamentos tales como relaciones públicas y prensa, marketing, investigación de mercados, comunicación corporativa, etc. todos los miembros de una institución pueden realizar funciones de comunicación externa y de difusión de la propia imagen de la organización.

2.7 Comunicación Educativa

El componente de la comunicación educativa se refiere a la planificación de campañas dirigidas a la promoción de la salud, la prevención de la enfermedad y la reducción de causas de mortalidad, este tipo de comunicación está orientada a desarrollar actividades como talleres educativos, jornadas informativas, videos educativos, programas entre otros.

2.8 Importancia de promover una comunicación interna en un centro escolar

La comunicación interna es algo positivo, pero esta no se puede lograr por ella misma, y menos que si se trate de una organización o de una persona, la

comunicación es uno de los aspectos más importantes a manejar en un centro escolar.

¿Qué puede hacer la comunicación interna por la organización? Según la investigación estas son las razones de promover la comunicación interna.

(Recuperado de: <https://retos-directivos.eae.es/es-importante-la-comunicacion-interna-en-una-empresa/>)

- **Puede mejorar la efectividad de la organización.**

Entre más información tengan las personas, más rápido la recibirán y se tendrán mejores conexiones dentro de la organización, se llevará a cabo un mejor trabajo grupal y también mejorará el individual. Entre mejor sea el trabajo que haga el grupo, mejor se sentirán los integrantes con sus labores y con la organización. Los principales beneficiados de esto son la población objetivo, la comunidad y la organización, de las cuales surge un personal comprometido y eficiente, participantes satisfechos y respeto de la comunidad.

- **Mantiene a todos informados sobre lo que está sucediendo en la organización.**

Nadie recibe sorpresas desagradables y cada uno tiene la oportunidad de enterarse de los cambios y las buenas y malas noticias.

- **Le permite a la organización responder rápida y eficientemente ante cambios, emergencias, etc.**

- **Hace que el resolver problemas sea más fácil al proveer un canal para la opinión e ideas de todos.**

Las soluciones vienen de direcciones inesperadas, pero sólo si tienen la oportunidad de ser expresadas.

- **Crea un ambiente de apertura dentro de la organización.**

Si todos sienten que tienen acceso a cualquier información que quiera o necesite, y pueden hablar con cualquier persona en la organización de lo que sea, esto estimula a tener buenas relaciones entre las personas, promueve la confianza y elimina los celos y problemas de territorialidad.

Los problemas de territorialidad se dan cuando las personas se sienten inseguras y creen que tienen que defender su “territorio”, su pequeño pedazo de organización. Esto puede provocar que guarden información o materiales sólo para ellos mismos o que se vuelvan recelosos u hostiles hacia cualquier otro que quiera hacer algo de lo que ellos hacen, aunque sea para ayudarlos. Defender el territorio puede envenenar la atmósfera de la organización, arruinar la relación entre el personal y dificultar el trabajo para la organización. Entre más seguros se sienten todos y sabiendo que la comunicación abierta es una gran parte de seguridad surgirán menos controversias.

- **Promueve una atmósfera de camaradería y hace que la organización sea un lugar agradable para trabajar.**

La buena comunicación significa que los problemas entre las personas se resuelven y el sitio de trabajo es generalmente agradable para estar. Esto al final, conduce a la satisfacción en el trabajo y a la estabilidad organizacional

- **Da un sentido de pertenencia hacia la organización**

Tener un sentimiento de que todos están trabajando juntos para llegar a la misma meta. La combinación de apertura y flujo fácil de la comunicación para todos permite que las personas se sientan parte de un todo y que sientan que sus ideas y opiniones son escuchadas y valoradas.

- **Promueve justicia y equidad dentro de la organización.**

Si todos tienen acceso igualitario a la información y a los demás, es más difícil que alguien sienta que está siendo ignorado o no valorado. Finalmente debería

permitir que todos sientan que son partes iguales del equipo, donde todos son tratados igual.

- **Muestra respeto para todos en la organización al asumir que las ideas de todos son valiosas.**
- **Expone los problemas presentes actualmente, así como los potenciales**

En lugar de dejarlos crecer y transformarse en algo mucho más difícil de manejar. No se puede lidiar con un problema si no se sabe que existe; exponerlo es lo primero y después resolverlo.

2.9 Comunicación interpersonal

Por lo general se designa que la comunicación es el proceso a través del cual, se transmiten significados entre personas. Su estudio comprende entonces un campo tan extenso como la vida misma, ya que la comunicación es un fenómeno que trasciende cualquier tipo de relación humana López Forero (1992:p.27).

López concluye que “la comunicación es una categoría básica de relación y por lo tanto, es un concepto que define uno de los modos universales de “estar con otros”, esencialmente a nivel antropológico López (1992:p.32).

Aunque existe una clara raíz etimológica de la palabra, dentro del campo de estudio de la comunicación social encontramos un sin número de definiciones que van más allá de diferencias de estilo de redacción de cada autor, más bien tiene que ver con el espectro de acción de la comunicación Martín Barbero(1990: P10) considera que tres son los malentendidos que se han dado históricamente en el estudio de la comunicación: el Comunicacionismo, el Medio centrismo y el Marginalismo de lo alternativo. Las entrevistas realizadas fueron hechas a Raúl Fuentes, Delia Covi, Octavio Islas, Ana Isabel Zermeño y Claudia Benassini, todos ellos destacados investigadores de la comunicación en México.

A través del proceso de indagación se identificaron ocho dimensiones en las cuales se mueve el espectro de acción de la comunicación social dentro de las conceptualizaciones que los diferentes autores le asignan a la comunicación interpersonal. En algunas de las dimensiones los autores difieren en cuanto a ser consideradas o no como característica de lo que define a la comunicación, como son: la intencionalidad, el entendimiento, la co-presencia, y la comunicación dialógica. Y en otras de las dimensiones que son manejadas teóricamente bajo diferentes parámetros en cuanto a definir específicamente comunicación interpersonal, se identificaron: códigos, cantidad, relación y contenido. La variedad de acercamientos al concepto mismo, incluyendo la imbricación con el concepto de relaciones interpersonales dificultan el definir la comunicación interpersonal, algunas definiciones propuestas por diversos autores se acercan más a la descripción del proceso en sí y sus atribuciones, mientras que otros se aproximan a la descripción de la relación establecida entre los actores de la comunicación. Lo anterior lleva a comprender que la comunicación interpersonal es, no solamente una de las dimensiones de la vida humana, si no la dimensión por medio de la cual nos realizamos como seres humanos, hasta el punto de que se pueda afirmar: “La calidad de nuestras relaciones interpersonales determina quiénes hemos de llegar a ser como personas”. La comunicación interpersonal, Marroquín Pérez, Manuel (1997: p.15).

2.10 Ambiente Laboral

El clima laboral no es otra cosa que el medio en el que se desarrolla el trabajo cotidiano. La calidad de este clima influye directamente en la satisfacción de los trabajadores y por lo tanto en la productividad.

De aquella manera, mientras que un buen clima se orienta hacia los objetivos generales, un mal clima destruye el ambiente de trabajo ocasionando situaciones de conflicto, malestar y generando un bajo rendimiento.

La calidad del clima laboral se encuentra íntimamente relacionado con el manejo social de los directivos, con los comportamientos de los trabajadores, con su manera de trabajar y de relacionarse, con su interacción con la empresa,

con las máquinas que se utilizan y con las características de la propia actividad de cada uno.

Propiciar un buen clima laboral es responsabilidad de la alta dirección, que con su cultura y con sus sistemas de gestión, prepararán el terreno adecuado para que se desarrolle. Las políticas de personal y de recursos humanos la mejora de ese ambiente con el uso de técnicas precisas como escalas de evaluación para medir el clima laboral.

2.11 Factores importantes de un clima laboral

El clima laboral no es otra cosa el medio en el que se desarrolla el trabajo cotidiano. La calidad de este clima influye directamente en la satisfacción de los trabajadores y por lo tanto en la productividad.

De aquella manera, mientras que un buen clima se orienta hacia los objetivos generales, un mal clima destruye el ambiente de trabajo ocasionando situaciones de conflicto, malestar y generando un bajo rendimiento.

La calidad del clima laboral se encuentra íntimamente relacionada con el manejo social de los directivos, con los comportamientos de los trabajadores, con su manera de trabajar y de relacionarse, con su interacción con la empresa, con las máquinas que se utilizan y con las características de la propia actividad de cada uno.

Propiciar un buen clima laboral es responsabilidad de la alta dirección, que con su cultura y con sus sistemas de gestión, prepararán el terreno adecuado para que se desarrolle.

Las políticas de personal y de recursos humanos la mejora de ese ambiente con el uso de técnicas precisas como escalas de evaluación para medir el clima laboral.

2.12 Motivación para empleados

Un emprendedor con empleados tiene entre sus principales preocupaciones como hacer que el personal a su cargo rinda al 100 % sin que haya que subirles los ingresos. La pregunta que hay que hacer ¿cómo motivar a los empleados de tu empresa?

El principal obstáculo que se encuentra es la falta de compromiso y de motivación para cumplir con todas las tareas. Tener a los empleados contentos y motivados, trae como consecuencia una mayor productividad, lo cual a su vez significa mayores ingresos que podrían servir para que ganen más.

Algunos factores influyentes para conseguir la motivación en los empleados pueden ser los siguientes.

- Reunirse con los empleados diariamente y semanalmente, para comenzar con el proceso de motivación con el personal se debe organizar una reunión con ellos diariamente y semanalmente. Las reuniones en las que se organice el trabajo y se desarrolle la comunicación directa van a ahorrar luego tiempo y dinero, por lo que hay que verlas como inversión. Es muy útil que se provoquen conversaciones entre los empleados delante de un superior, para que se pueda detectar cualquier resistencia o conflictos entre ellos y entonces se pueda indagar en lo que pasa. En las reuniones se debe permitir que los empleados den su opinión poder buscar soluciones.

- Motívalos a que muestren su opinión y sus ideas

Es importante además de estar muy al tanto de lo que pasa en todo momento con ellos. Es recomendable al momento de una reunión cada empleado pueda hablar de cosas que normalmente no se hablan en grupo. Hay que construir un espacio de confianza con él. Hay que hacerles ver que sus ideas son importantes para la empresa. Hacer una felicitación, aunque

luego lo que propongan no se lleve a cabo Explicarles siempre las razones para que no saquen conclusiones erróneas, ni se sientan infravalorados. La sensación de pertenencia es fundamental en la motivación laboral.

- Motiva a tus empleados sin provocar competencias

Crear incentivos que no creen competencias entre ellos, sino que favorezcan la cooperación. Procurar que no se generen competencias entre los empleados, ya que casi siempre a quién se perjudica con este tipo de competencias es la empresa. Es importante que no se fomenten los individualismos, es importante premiar a todos si se llega a los objetivos. Seguir estas estrategias con los empleados logrará el buen ambiente y los empleados se involucrarán en la empresa como si ésta fuera suya.

2.13 Funciones de la Comunicación para la Solución del Problema

2.13.1 Función cognoscitiva

Se orienta hacia la realidad a la cual aluden el mensaje o el discurso, pretende brindar información verídica y objetivo, que corresponda fielmente a la realidad. Ejemplo: Todo texto de carácter científico es referencial.

2.13.2 Función Asertiva

Las personas que utilizan el estilo asertivo consiguen comunicarse en cada ocasión de la mejor forma posible. En el sentido de que es capaz de expresar sentimientos, ideas y opiniones, defendiendo sus derechos y respetando lo de los demás. Sabe adaptarse al contexto lo que contribuye a facilitar que se resuelvan los conflictos y, además minimiza el riesgo de que en futuras interacciones surjan problemas.

2.13.3 Función fáctica o de implicación

Está orientada hacia el contacto de emisor y receptor a través de la palabra para iniciar, mantener, prolongar o interrumpir un acto comunicativo. No necesariamente tiene contenido.

2.14 Los Componentes del Plan de Comunicación

El Manual de la PYME sobre Cómo elaborar el Plan de Comunicación (<http://www.scribd.com/doc/36070317/Elaborar-Plan-de-comunicacion>) presenta la estructura del plan estratégico de comunicación integral con los siguientes elementos:

- **Análisis:** estudio de la información del entorno externo e interno. Resumen FODA (Fortalezas, Oportunidades Debilidades y Amenazas)
- **Antecedentes:** Análisis de la información de la empresa, su historia, ventas.
- **Objetivos:** Se deben señalar cuáles son los objetivos que se quieren conseguir con las actividades que se pongan en marcha. Los objetivos deben poder ser cuantificados, medibles y han de ser alcanzables y realistas.
- **Público Objetivo o target de la comunicación:** Es imprescindible determinar a quién se va a dirigir la comunicación, definir cuál o cuáles son los destinatarios o grupos de destinatarios en los que se centrarán los esfuerzos comunicativos, conocer al público al que se dirige la empresa, los medios que utiliza para informarse, el etilo comunicativo que maneja son aspectos claves y críticos que influirán en el éxito de la comunicación.
- **El Mensaje:** es el elemento que se quiere comunicar eligiendo las características o atributos a comunicar, así como el tono o estilo de la comunicación.
- **Estrategia:** elección del modo a desarrollar cada una de las áreas de comunicación con el fin de alcanzar los objetivos.

- Acciones: concreción de las actividades a desarrollar y los medios a utilizar para desarrollar el plan.
- Cronograma o calendario: planificación en el tiempo de cada una de las acciones.
- Presupuesto: cantidad económica que se destinará a la puesta en marcha del plan estratégico de comunicación integral.
- Control y Seguimiento: Medición del transcurso y cumplimiento del plan con el fin de realizar acciones de corrección para intentar alcanzar los objetivos marcados.

2.15 Corrientes de la Comunicación

2.15.1 Teoría Estructural Funcionalista

La teoría estructural funcionalista fue desarrollada por Lasswell; esta, al igual que casi todas las teorías de la comunicación, hablan del poder de los medios de comunicación frente al público.

Las siguientes preguntas: quién dice que, a través de qué medio, a quién y con qué efecto, preguntas que, en últimas, se referían, sobre todo, al poder político de los medios y al análisis de contenidos de lo que transmitían o emitían. En ella se prestaba especial atención a la superficie de los discursos; es decir, a lo que la información podía lograr en un primer momento.

En lo que se refiere a la función social de los medios, esta consistía en supervisar y vigilar el entorno es decir al gobierno o al Estado y en transmitir la herencia social, función que debía ser cumplida mediante la educación, así como con la organización y estructuración de los instrumentos sociales, lugar donde los medios de comunicación tenían una gran preponderancia, esta teoría tenía como principio lograr la persuasión.

Por otro lado, esta teoría enunció la posibilidad inherente a los medios de crear rituales a medida que la información se fuera introduciendo en el público, así como la capacidad de éstos de generar temas de conversación sobre diferentes áreas y de definir la identidad de consumo del público en general.

2.16 Teoría del conductismo o de efectos limitados

Esta teoría retoma la teoría de los efectos, pero dándole un gran giro, lo cual dio pie a la concepción que actualmente se tiene de la relación medios - público.

La teoría del conductismo o de efectos limitados habla de los efectos que los medios logran en el público, pero, a diferencia de la teoría de los efectos, ésta entiende y percibe que la gente se deja persuadir de los medios sólo si quiere y por lo tanto, ya no asume al público como una masa sin criterio, sino como una aglomeración de diferentes grupos con la capacidad de decidir qué es lo que quieren ver, cuándo y cómo (el público puede cambiar de canal de televisión, puede cambiar de emisora, puede apagar los aparatos de los cuales se sirven los medios, puede no prestarles atención, etc.)

Es en ese momento cuando se entiende la importancia del entorno frente a la información; es decir, que entre el emisor y el receptor hay un contexto por donde la información pasa y por donde esta puede transformarse, pues no todo el público recibe una información del mismo modo, ya que el efecto que esta produce depende del medio social, político, económico y cultural; es decir, depende del receptor. De la anterior conceptualización es de donde nacen los estudios sobre las características de los receptores y la influencia del contexto, pues los medios ya no determinan maneras de pensar y de actuar, sino simplemente las refuerzan de diferentes maneras y bajo diferentes circunstancias en algunos casos con mayor impacto que en otros. Este modelo de comunicación complementa el planteado por Lasswell al enunciar que el lugar donde se da el mensaje es de capital importancia, lo que, por descontado, termina por implicar que el público tiene opiniones y, por lo tanto, complementa el mensaje; es decir, produce un efecto de retroalimentación conocido también como feed back.

2.17 Teoría de comunicación social

La comunicación física y social experimenta un proceso que va del grupo pequeño a las grandes colectividades, de dos a muchos más. El crecimiento de la población y la velocidad en las comunicaciones acercan a los seres humanos hasta una fricción de guerra o amor.

La vida en la comunidad es no sólo tendencia sino urgente necesidad, se da incluso en las especies no humanas. Se apresura en el hombre desde su gestación hasta la “ascensión psíquica correlativa a la socialización”. Teilhard de Chardin lo explica así:

- Aparición de una memoria colectiva en donde se retiene por experiencias acumuladas y se trasmite por educación una herencia general de la humanidad.
- Desarrollo por trasmisión cada vez más rápida del pensamiento, de una verdadera red nerviosa que envuelve a partir de ciertos centros definidos la superficie entera de la tierra.
- La memoria colectiva, mecanizada y perfeccionada, la educación, la transmisión cada vez más rápida del pensamiento y la visión dinámica son factores de la comunicación social.

2.18 Relación humana

El hombre que medita en apariencia inmóvil representa un verdadero impulso para la vida. Aquí es cuando se entra al mundo de la sensibilidad que registra relaciones humanas mediante los sentidos de la vista, oído, olfato, tacto y gusto. El intercambio entre emisor y receptor es continuo, el pensamiento enlaza y la palabra expresa.

El receptor oye, ve, estudia, el emisor habla decide, hace, las palabras son instrumentos, la palabra es el mensaje.

Karl Buhler distingue en la palabra un triple aspecto:

- La palabra tiene contenido, significa o representa algo, nombrar un objeto, formular un pensamiento, contar un hecho, etc.
- La palabra es una interpelación, se dirige a alguien y quiere provocar en las personas una respuesta o una reacción, la palabra actúa como una llamada o una provocación.
- La palabra es descubrimiento de la persona, manifestación de su actitud interior y sus disposiciones Karl Buhler, Sprachtheorie, Jena 1943

Técnicamente las palabras forman el lenguaje, es así como se conocen diferentes tipos de lenguaje como escrito, fónico, etc. Edward Sapir lo define como “Un método exclusivamente humano y no instintivo de comunicar ideas, emociones y deseos por medio de un sistema de símbolos producidos de manera deliberada” Edward Sapir (1965:p14)

2.19 Las relaciones públicas como ciencia

Leonardo Miranda Trocones, propone en su tesis diagnóstico de la gestión de las relaciones públicas en el 2011 que las relaciones públicas son también una ciencia, pues no dejan de ser un cuerpo creciente de conocimientos falibles adquiridos a la luz de la experimentación, que puede ser transmitido.

Como tal, cuenta con una serie de atributos que se mencionan a continuación.

1. Amplitud: Las relaciones públicas pueden ser aplicadas a diversas situaciones de la vida cotidiana
2. Apertura: están dispuestas a generar modificaciones cuando sea necesario.
3. Empirismo: Estos se basan en la experimentación.
4. Método: tienen un método propio comúnmente llamado IPCE: investigación, planificación, comunicación y evaluación.
5. Utilidad: ayudan a los fines institucionales y a la gestión de la imagen.
6. Descripción y predicción de la realidad institucional.

Cualquier intento de acercamiento a una definición de lo que son las Relaciones Públicas se convierte en una tarea difícil, debido a que actualmente no hay un consenso en cuanto a una definición que sea totalmente abarcadora. La diversidad de matices que asoman en las más de dos mil definiciones, como consecuencia de la pluralidad de “enfoques, objetivos y requerimientos” que cada una de ellas sostiene, ha llevado a lo que el profesor Antonio Noguero define como la inexistencia de un “unitarismo conceptual” de las Relaciones Públicas. Por otra parte, el término resulta ambiguo tanto para profesionales como academicistas, de ahí que le sea conferido múltiples significados: “un proceso, un profesional, una profesión, una función, una técnica y tal vez, como creen algunos, una ciencia” Porto Simões en Rivero (2007: P43).

Capítulo III Metodológico

3.1 Metodología de investigación

3.1.1 Método Deductivo

La siguiente investigación se realizó a través de la siguiente metodología, el término deductivo proviene del latín “deductivos” que quiere decir “obra por razonamiento” y el vocablo método también posee raíces latinas, específicamente de la voz y en griego que significa “el camino a seguir” o “los pasos a seguir para realizar una cosa”.

Cuando se habla de método deductivo se refiere a aquel método donde se va de lo general a lo específico. Este comienza dando paso a los datos en cierta forma válidos, para llegar a una deducción a partir de un razonamiento de forma lógica o suposiciones; o sea se refiere a un proceso donde existen determinadas reglas y procesos donde gracias a su asistencia, se llegan a conclusiones finales partiendo de ciertos enunciados o premisas.

3.2 Tipo de Investigación

Para desarrollar este estudio se realizó una investigación de campo que corresponde a un tipo de diseño que de acuerdo con Sabino (2005:p.51) en el libro El Proceso de la Investigación, se basa en estimaciones obtenidas directamente de la realidad, las cuales permiten al investigador cerciorarse de las condiciones reales en que se han conseguido los datos.

Así mismo tiene un enfoque cuantitativo por lo que tiene un rigor estadístico, empírico-analítico, racionalista ya que es aquel que se basa en los números para investigar, analizar y comprobar información y datos; este intenta especificar y delimitar la asociación o correlación, además de la fuerza de las variables, la generalización y objetivación de cada uno de los resultados obtenidos para deducir una población; y para esto se necesita una recaudación o acopio metódico u ordenado, y analizar toda la información numérica que se tiene.

3.3 Objetivos

3.3.1 Objetivo General

- Plantear y proponer una estrategia de Comunicación Interna entre Coordinación académica y maestros del Colegio Kids World.

3.3.2 Objetivos Específicos

- Elaborar un diagnóstico acerca de la situación actual de la forma de desarrollo de la comunicación interna entre empleados del Colegio Kids World.
- Identificar las herramientas de comunicación interna que se tienen y que están fallando en el Colegio Kids World para la busca de soluciones.
- Elaborar una estrategia para la mejora de la comunicación interna y con ella contribuir al Colegio Kids World con el buen desempeño laboral de los empleados.

3.4 Técnicas

Para llevar a cabo la investigación, las técnicas se basaron en realizar encuestas a los colaboradores y a la coordinación y dirección, las cuales fueron estructuradas y realizadas por personas claves con las cuales se permitió obtener un análisis de resultados y obtener de sus respuestas la información necesaria para la elaboración del diagnóstico.

3.5 Instrumento

Se utilizaron encuestas de preguntas abiertas, para que las personas interrogadas contestaran con vocabulario propio. Se utilizaron entrevistas estructuradas y fichas.

3.6 Población

La población de este diagnóstico está integrada por 25 maestros, 3 coordinadoras y directora general del Colegio Kids World.

3.7 Muestra

El tipo de muestreo que se utilizó en esta investigación es el de una muestra probabilística, en la cual se utilizó el tipo de técnica de muestreo estratificado el cual divide a la población en grupos homogéneos denominados estratos. Los elementos dentro de cada estrato se seleccionan aleatoriamente de acuerdo con una de las siguientes reglas.

Un número específico de elementos se extrae de cada estrato, y corresponde a la proporción de ese estrato en la población, tal como se realizó en el Colegio Kids World, se eligieron 17 maestros de la población total del colegio, 2 coordinadoras y la directora general.

Igual número de elementos se extraen de cada estrato, y los resultados son valorados de acuerdo con la porción del estrato de la población total.

Esta técnica de muestreo resulta apropiada cuando la población ya está dividida en grupos, como en este establecimiento que existen ya división de jerarquías como maestros, coordinadores y dirección general, porque refleja de forma más precisa de las características de la población y permite efectuar comparaciones entre los estratos conformados.

Capítulo IV Análisis de Datos y Resultados

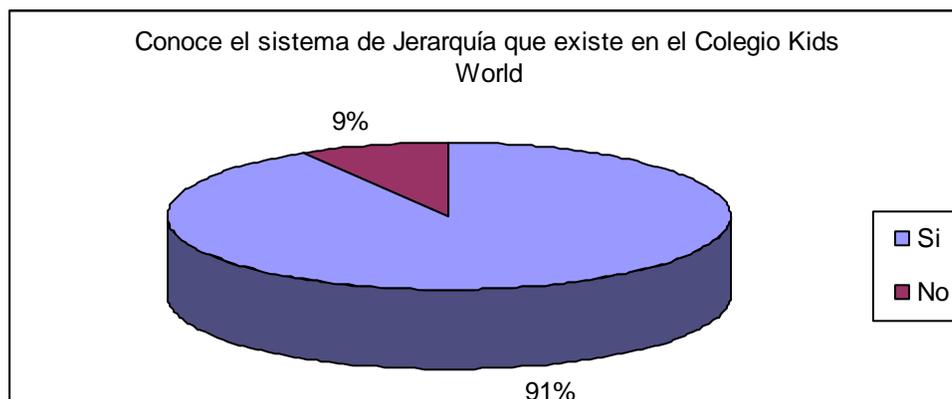
4.1 Datos Encuestados

En el colegio Kids World participaron para llenar el cuestionario 2 Coordinadoras, de preprimaria y primaria, 17 maestros y 1 directora general.

4.2 Análisis de Resultados

A continuación se presentan los datos de los cuestionarios obtenidos por el personal del Colegio Kids World, en donde participaron 20 personas obteniendo la siguiente interpretación de resultados de cada pregunta.

4.2.1 ¿Conoce el sistema de Jerarquía que existe en el Colegio Kids World?



Los resultados indican que el 91% de los maestros conocen la jerarquía del colegio y solo un 9% indican que no.

Esto demuestra que son pocos los maestros que desconocen la jerarquía, se puede interpretar que el colegio da las bases para conocer pero no todos están interesados o a ese pequeño grupo no se le ha informado.

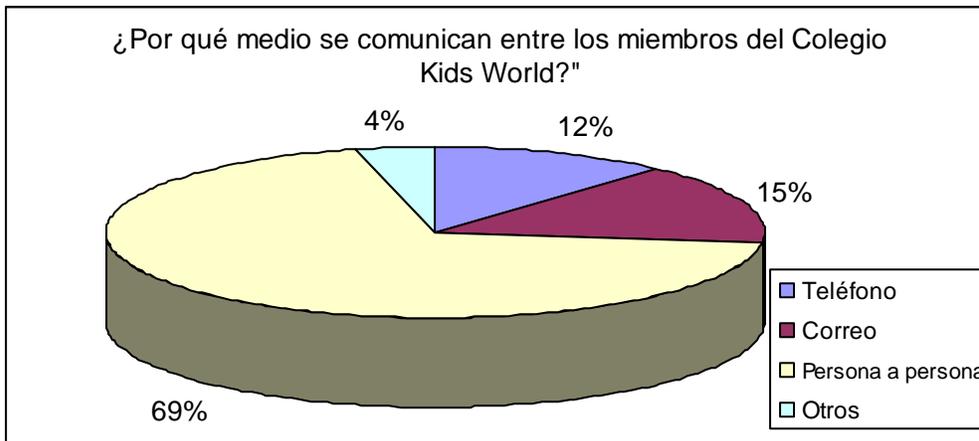
4.2.2 ¿Conoce algún manual de comunicación interna que exista para procesos entre docentes, coordinación y personal administrativo?



El 57% no conoce un manual de comunicación interna, el otro 43% de los maestros indican que si lo conocen.

Esto refleja que los resultados son incongruentes debido a que más de la mitad no lo conoce, esto indica que no se tiene visibilidad y no es una prioridad que los maestros conozcan el manual de comunicación interna, ocasionando tenacidad en la comunicación entre personal

4.2.3 ¿Por qué medio se comunican entre los miembros del Colegio Kids World?



El 69% indica que la comunicación entre miembros es de persona a persona, un 15% por medio de correo electrónico un 12% por medio telefónico y un 4% por otros medios.

Lo que significa que no hay un medio impuesto por el cuál las personas puedan comunicarse entre miembros y todos se comunican de diferentes maneras, lo que puede generar una mal información y no queda evidencia para soportar la comunicación entre áreas.

4.2.4 ¿Qué medio utilizan para convocar una reunión entre docentes y coordinación?

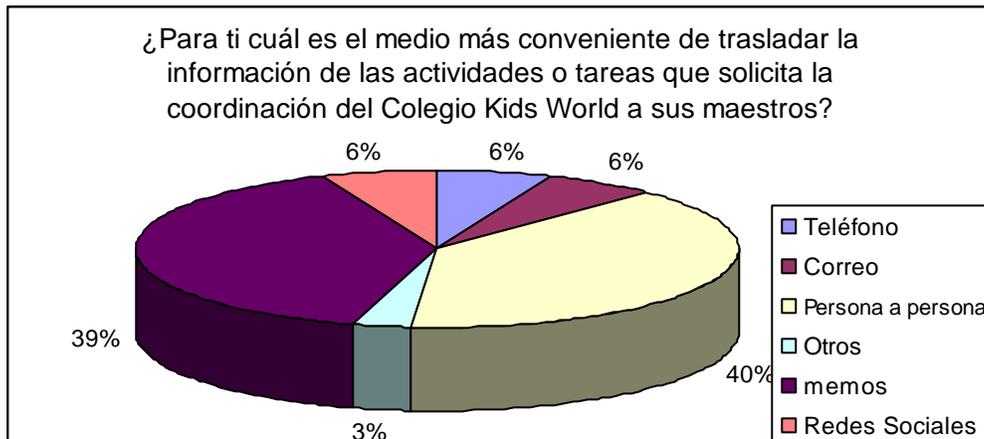


Los resultados demuestran que un 96% convocan las reuniones de persona a persona, un 4% indican que se convocan a través de un correo electrónico.

Esto demuestra que no existe un método que se aplique para todo el personal en donde se puedan convocar las reuniones con programación y antelación para la coordinación de tiempos, ni existe algún recordatorio para que asistan.

Esto provoca que alguna persona lo olvide y no asista a alguna reunión y no reciba la información que se imparta.

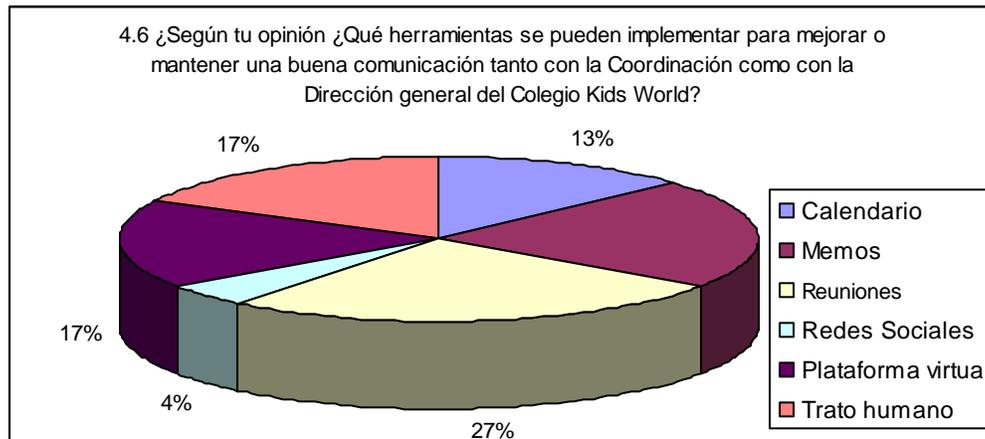
4.2.5 ¿Para ti cuál es el medio más conveniente de trasladar la información de las actividades o tareas que solicita la coordinación del Colegio Kids World a sus maestros?



Los resultados indican que 40% de los maestros indican que los medios más convenientes de trasladar información es de persona a persona y utilizar memos, un 6% indicó que el medio más conveniente es por medio de correo, redes sociales y teléfono.

Lo que significa que hay una variedad de percepciones de los maestros para trasladar información por lo que se interpreta que se debe estandarizar un medio para el traslado de información de actividades o tareas por parte de coordinación.

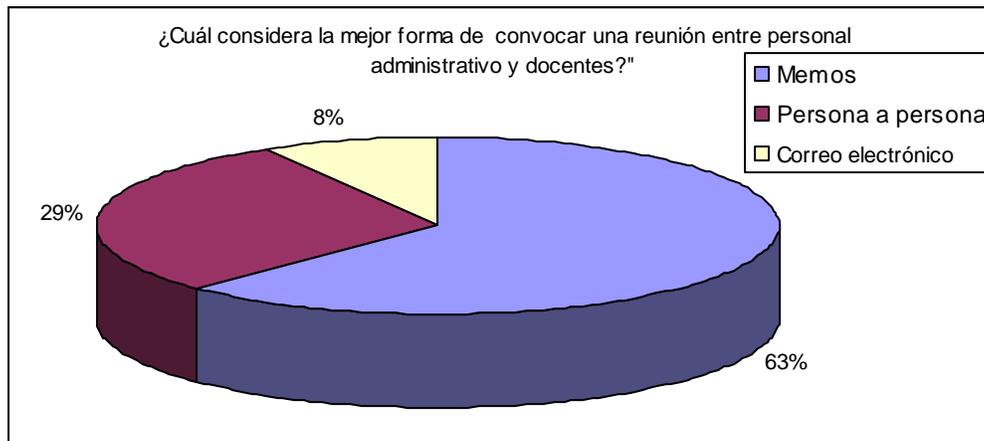
4.2.6 ¿Según tu opinión ¿Qué herramientas se pueden implementar para mejorar o mantener una buena comunicación tanto con la Coordinación como con la Dirección general del Colegio Kids World?



El 27 % de los maestros indicaron que la herramienta que puede ayudarlos a mantener una buena comunicación son las reuniones entre coordinación y maestros, un 17% a través de la mejora en el trato humano colocando en la pregunta abierta su opinión de actualización de información constante y el otro 17% indicó que una plataforma virtual es una herramienta adecuada para mantener la buena comunicación interna 13% indicó que a través de memos u escritos y el 4 % a través de redes sociales.

Estos resultados los podemos interpretar en que existen diferentes propuestas por parte de los maestros que se pueden implementar para lograr el objetivo de mejorar la comunicación interna entre empleados.

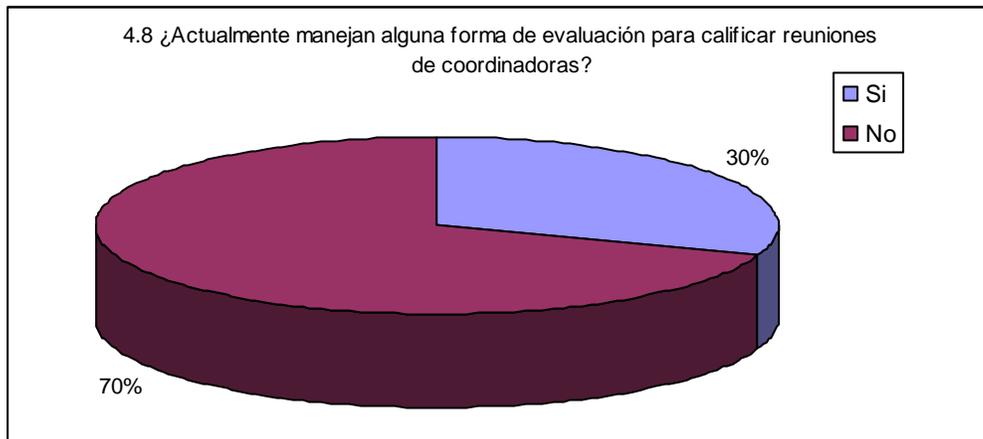
4.2.7 ¿Cuál considera la mejor forma de convocar una reunión entre personal administrativo y docentes?



El cuestionario indicó que el 63% de los maestros consideran los memos la mejor forma de convocar una reunión, un 29% considera que es mejor de persona a persona y un 8 % que se convoquen por medio de correo electrónico.

Por lo que los resultados indican que los maestros prefieren que se les convoque a través de un medio escrito o sustancial que les permita recordarlo ya que solo el 29% indicó que de persona a persona dando una percepción que no es la manera adecuada de convocar reuniones.

4.2.8 ¿Actualmente manejan alguna forma de evaluación para calificar reuniones de coordinadoras?

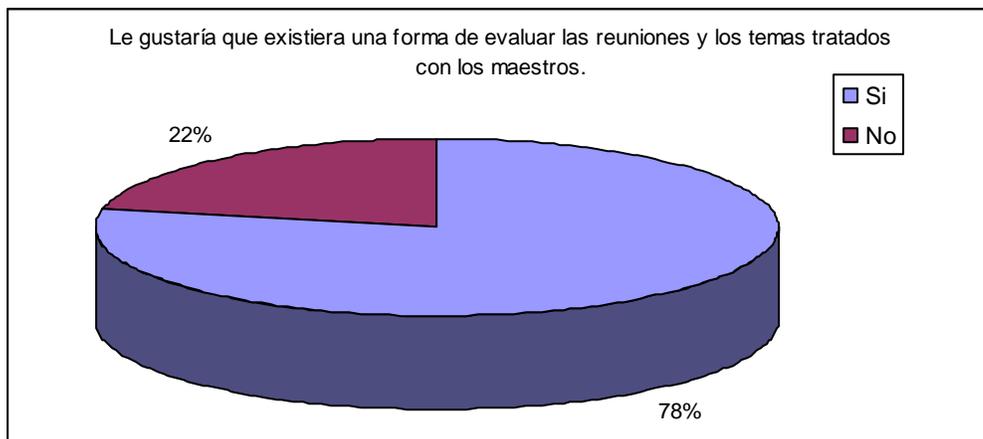


Los resultados indican que el 70% de los maestros indican que no existe una forma de evaluación y un 30% indican que sí.

Por lo que se puede interpretar que sí existe tal método de evaluación pero que no se pone en práctica constantemente y existe ese porcentaje pequeño que desconoce esta evaluación.

La implementación de una evaluación tanto de reuniones como de clima laboral cada cierto tiempo apoyaría a coordinación y dirección general a conocer el sentir de sus empleados para poder implementar mejoras.

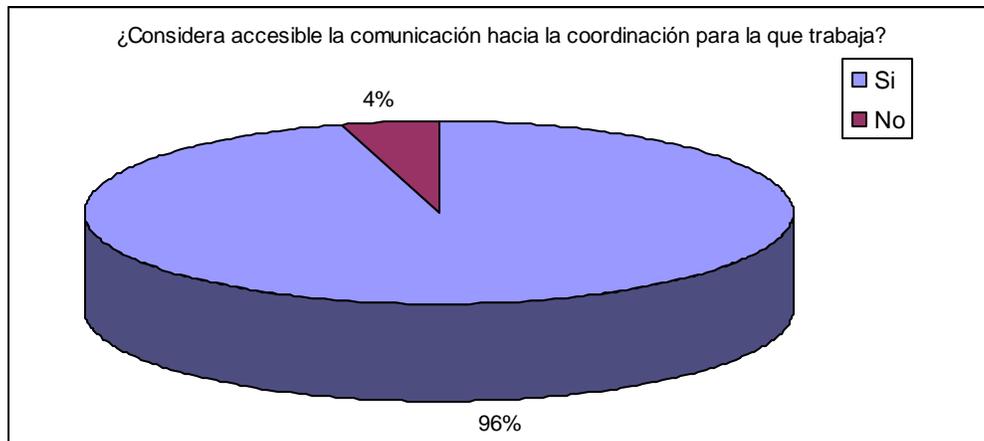
4.2.9 Le gustaría que existiera una forma de evaluar las reuniones y los temas tratados con los maestros.



Según los resultados el 78% indica que si les gustaría que existiera una forma de evaluar las reuniones y un 22% que no les interesa evaluar las reuniones.

Lo que se interpreta de estos resultados es que si existe la necesidad de hacer una evaluación de las reuniones para ver logros, aportes, conclusiones por parte de los maestros acerca de los temas que traten en reuniones.

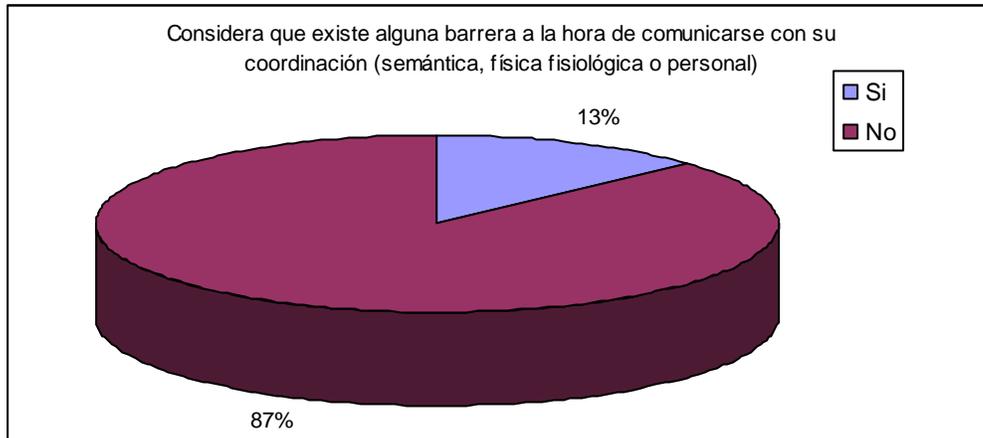
4.2.10 ¿Considera accesible la comunicación hacia la coordinación para la que trabaja?



Según la interpretación de resultados indica que un 96% de los maestros si considera accesible la comunicación para la que trabaja y solo un 4 % de ellos indican que no.

Lo que significa que si es reflejado la accesibilidad de comunicación con los coordinadores y ese 4% representa a un pequeño grupo que está inconforme, indicando que si se resuelven los inconvenientes y se solucionan acontecimientos.

4.2.11 Considera que existe alguna barrera a la hora de comunicarse con su coordinación (semántica, física fisiológica o personal)

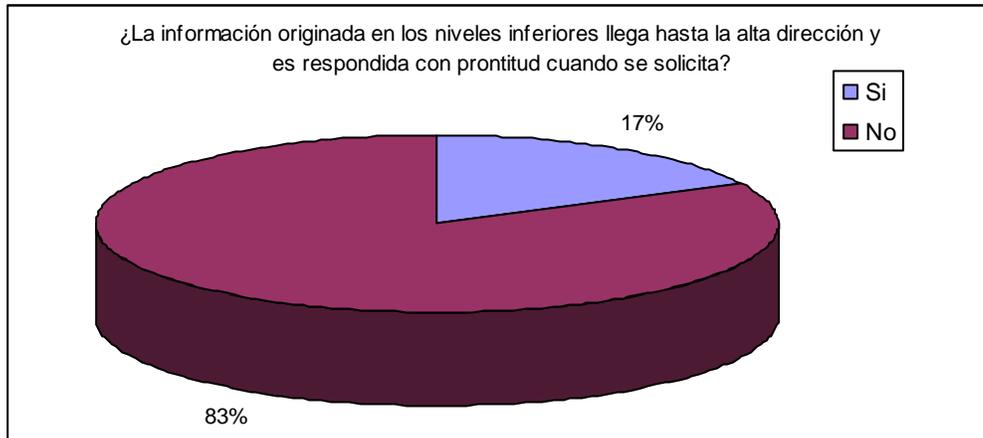


Según los resultados indican que el 87% de los maestros indican que no existe ninguna barrera de comunicación con su coordinación y el 13 % indica que si existen barreras.

Por lo que podemos interpretar que si existen barreras de comunicación que detectan algunos maestros que hay que tratar para reducir ese 13 %, existió un comentario en la encuesta indicando que a veces en coordinación se encuentran muy atareadas para dar seguimientos.

Estos resultados lograron detectar puntos clave para la devolución de una estrategia para lograr una recordación y una comunicación que siempre esté presente entre empleados y coordinación.

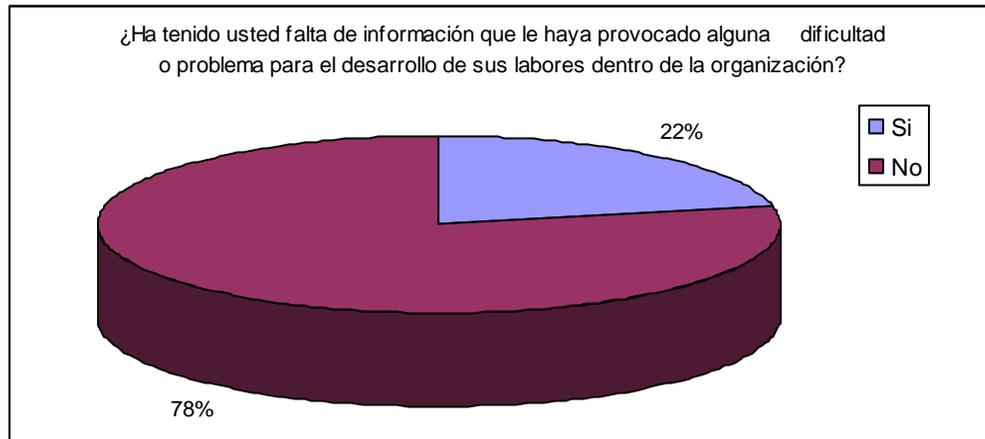
4.2.12 ¿La información originada en los niveles inferiores llega hasta la alta dirección y es respondida con prontitud cuando se solicita?



Según los resultados el 83% de los maestros indica que información originada en los niveles inferiores a la alta dirección no es respondida con prontitud y un 17% indica que sí es respondida con prontitud.

Por lo que podemos interpretar que existe una problemática de seguimiento a solicitudes de información que solicitan los maestros a dirección y coordinación.

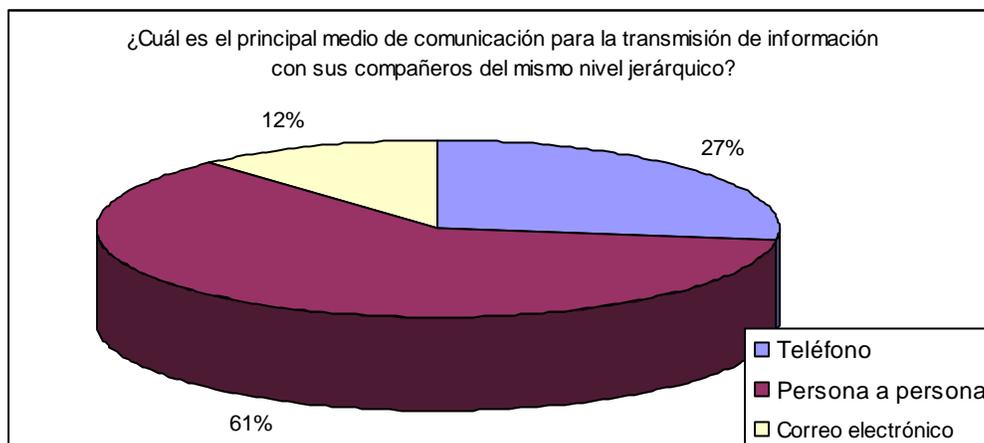
4.2.13 ¿Ha tenido usted falta de información que le haya provocado alguna dificultad o problema para el desarrollo de sus labores dentro de la organización?



Según los resultados el 78% de los maestros indican que no han tenido algún problema en sus labores por falta de información y un 22% indican que sí han tenido problema por falta de información.

Lo que se interpreta que si es un problema pero no se da constantemente, por lo que se puede ver que si existe información que no se traslada correctamente a los maestros ocasionando inconvenientes.

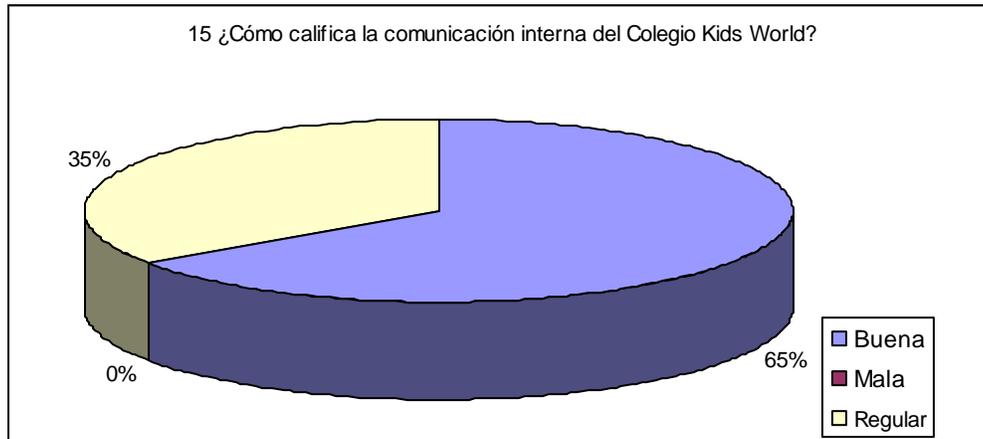
4.2.14 ¿Cuál es el principal medio de comunicación para la transmisión de información con sus compañeros del mismo nivel jerárquico?



Los resultados indican que el 61% de maestros se comunican entre maestros de persona a persona un 27% se comunican por medio telefónico y un 12% indica que se comunican por medio de correo electrónico.

Esto se interpreta que entre maestros mantienen mejores sus relaciones internas hablándose de persona a persona por estar en el mismo nivel jerárquico a diferencia de cuando se traslada información con altos mandos.

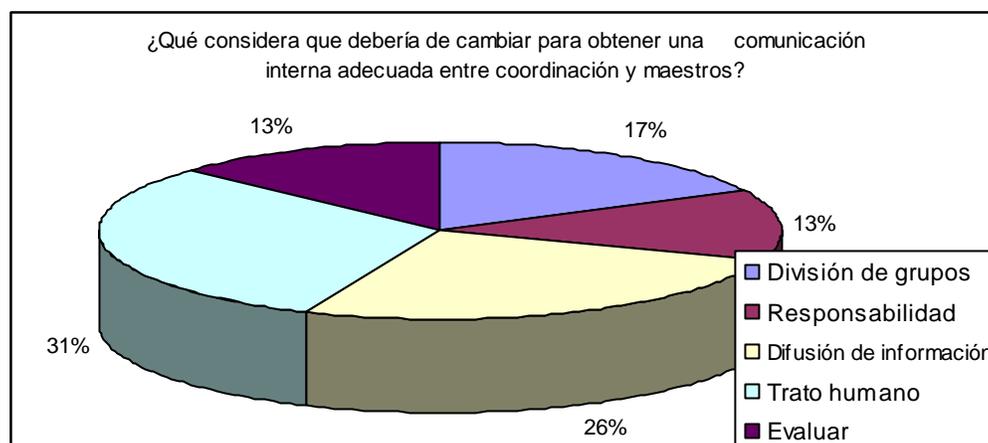
4.2.15 ¿Cómo califica la comunicación interna del Colegio Kids World?



Según los resultados indican que un 65% de la población del colegio Kids World indican que la comunicación interna es buena y un 35% regular y nadie opina que es mala.

Lo que nos indican estos resultados es que si existe una comunicación interna pero se necesita trabajar en los métodos de traslado de información para que la percepción de todo el personal sea buena y no regular.

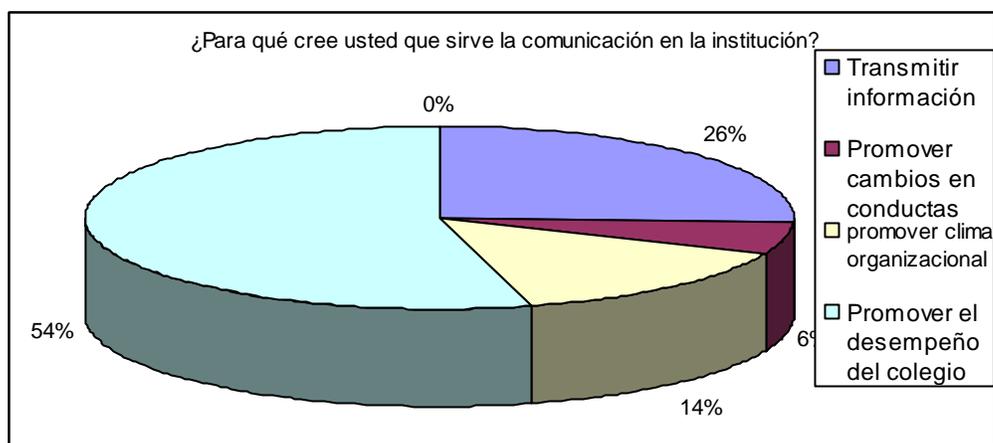
4.2.16 ¿Qué considera que debería de cambiar para obtener una comunicación interna adecuada entre coordinación y maestros?



Según los resultados indicaron que un 31 % de personal considera que se debe cambiar el trato humano para obtener una buena comunicación interna, otro 26% indica que debe mejorar la difusión de información un 17% indica que deben eliminarse la división de grupos, un 13% indica que debe existir una forma de evaluación y de mejora de responsabilidad de parte del personal.

Significa que hay varios temas de mejora que se tomaron en cuenta en la estrategia para lograr solventar las necesidades de los empleados del colegio para obtener los resultados que se requieren

4.2.17 ¿Para qué cree usted que sirve la comunicación en la institución?



Según los resultados indican que el 54% de los empleados del Colegio Kids World perciben que la comunicación en un colegio es importante para promover el desempeño del colegio, un 26% indica que es para la transmisión y difusión de información, otro 14% indica que es para promover el clima organizacional y un 6% que es para promover cambios en conductas.

Lo que indican estos resultados es que existen diferentes puntos de vista para definir que es importante de tener una buena comunicación en una institución.

4.2.18 En el Colegio Kids World llevan a cabo alguna reunión mensual para evaluación de trabajo y pendientes?



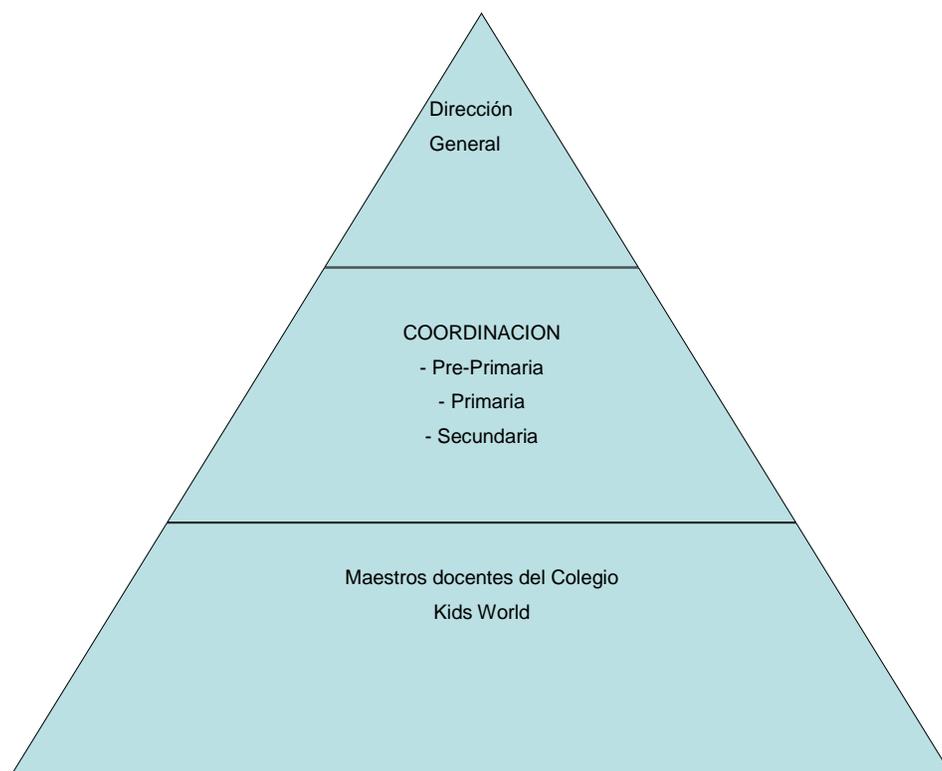
Según resultados el 70% indica que no existe una reunión mensual de evaluación y trato de pendientes con los empleados y un 30 % que sí existe una reunión de evaluación mensual.

Lo que significa que si se realizan estas reuniones pero no se involucra a todo el personal y si es una percepción que la gran mayoría dio y quisieran ser parte de esta reunión para tener una mejora en comunicación y procesos.

4.3 Diagnóstico de comunicación interna en Colegio Kids World

Para llevar a cabo el siguiente diagnóstico se tomó en consideración las respuestas del cuestionario que contestaron los maestros, coordinadoras y dirección del Colegio Kids World, así mismo la observación realizada y analizada en las visitas en donde se observó detalladamente el funcionamiento del establecimiento.

A continuación se presenta una pirámide para ver el nivel jerárquico que está establecido actualmente en el Colegio Kids World.



El Colegio está conformado por la dirección general, departamento que cuenta con la directora general Ingrid Sandoval y administración Cinthia Sandoval, por debajo de ellas se encuentra el departamento de coordinación académica el cuál cuenta con 3 coordinadoras asignadas a cada nivel educativo, pre primaria, primaria y

secundaria, por debajo de ellas se encuentra el personal a su cargo que son todos los maestros involucrados de todas las materias los cuales reportan a su coordinación asignada.

Según el diagnóstico realizado a través del cuestionario y la observación pude definir que el Colegio Kids World cuenta con un sistema jerárquico establecido el cuál es casi de absoluto conocimiento de todo el personal.

La problemática observada y diagnosticada de comunicación interna a la cual se enfrenta el establecimiento se puede enfocar en 3 puntos importantes los cuales se detallan a continuación:

- No existe un sistema establecido o un formato que se utilice de manera unánime para comunicarse internamente, según las respuestas que se analizaron se puede percibir que todos utilizan métodos diferentes de comunicación, esto logra que exista desorden en el manejo de la información, ocasionando en situaciones el disgusto, realización de un mal trabajo por falta de información, e incluso la desorganización del equipo de trabajo.
- Se diagnosticó que existe la necesidad de implementar una plataforma accesible para todos los maestros, coordinación y dirección general con el fin de tener un mejor control y una mejor organización en la coordinación de actividades como reuniones, entrega de planificaciones, consulta de calendario y actividades mensuales. Como se logró determinar que existe un porcentaje alto que indica que la información que se transmite en los niveles inferiores no es respondida con prontitud de parte de los niveles superiores, generando disgustos e incentivando una mala comunicación interna entre jerarquías, es una oportunidad para crear una plataforma que corrija este problema.
- A través de las respuestas también se diagnosticó que los maestros no cuentan con una calendarización de reuniones mensuales y otras en donde este todo el personal involucrado con sus coordinadoras para hacer

revisiones de pendientes ya que un porcentaje alto indicó que este procedimiento no se implementa seguido ni con organización y antelación, así mismo según la opinión de los maestros indicaron que les sería una herramienta útil para mejorar el que existiese una evaluación de estas reuniones de las cuales tienen necesidad para poder expresar su opinión acerca de los temas tratados, logrando con esto una mejora en las comunicaciones internas.

Por lo tanto este diagnóstico crea la necesidad de definir una estrategia de comunicación interna presentada a continuación.

4.4 Análisis FODA

| FORTALEZAS | OPORTUNIDADES | DEBILIDADES | AMENAZAS |
|---|---|---|---|
| Amor al colegio | Mejora de trato humano | Desinformación | No hay sistemas establecidos para comunicarse |
| Identificación con su coordinación | Implementación de nuevas herramientas | No hay calendarización | División de grupos |
| Es una institución que tiene su sistema basado en valores | La institución cuenta con herramientas para manejar la comunicación interna | no existen métodos establecidos y estandarizados para seguimiento de procesos | Sus empleados no conocen a totalidad sus herramientas de comunicación interna |
| Tienen acceso a internet | | | |

Capítulo V Estrategia de Comunicación Interna

5.1 Antecedentes

El colegio Kids World se fundó en el año 2001 iniciando únicamente con pre primaria hasta tercero primaria, se encuentra ubicado en la 5ta. Avenida 5-76 zona 12 Colonia Morse. Esta institución desde sus inicios es dirigida por la directora Ingrid Sandoval quién con empeño y una visión clara ha logrado contar con el personal adecuado para ofrecer una base académica a sus alumnos, el Colegio Kids World desde sus inicios fue creciendo año tras año, hoy en día es una institución sólida y conformada con los tres niveles educativos pre primaria, primaria y básicos.

5.2 Objetivos

- La siguiente propuesta tiene el propósito de implementar herramientas funcionales para que tanto maestros, coordinadoras y dirección tengan un acceso más fácil a la información y a la comunicación interna.
- Mejorar la comunicación interna a través de los recursos propuestos.
- Evadir la desinformación y que la comunicación interna sea impuesta de la mejor manera.

5.3 Público Objetivo

Maestros, coordinadoras y dirección general del Colegio Kids World

5.4 Mensaje

Para desarrollar la presente estrategia de comunicación se propone desarrollar la implementación de una herramienta que propone la mejora de la comunicación interna del Colegio Kids World.

Esta fase tendrá los siguientes elementos: Objetivo, actividades, ubicación y responsable los cuales deben cumplirse para alcanzar los objetivos trazados tanto en la investigación como en la estrategia. Por lo que a continuación se detalla los

elementos de cada fase, así como las actividades que se propone realizar para fortalecer y mejorar la comunicación interna.

5.5 Estrategia

Crear una plataforma virtual conocida como Intranet, es una herramienta de informática interna que utilizan las empresas basada en los estándares de Internet, en la que las computadoras están conectadas a uno o varios servidores web, lo que la distingue es que el Internet es público y la intranet es privada.

Ya que el objetivo de la estrategia es la mejora de la comunicación interna entre los departamentos, se explicará el uso de la misma para poderse implementar. La intranet es una herramienta que puede ayudar en la comunicación; esta tecnología permite la comunicación de varios departamentos con todos los empleados de la empresa.

Dentro de una empresa todos los departamentos poseen algún tipo de información que quieren y deben compartir con sus empleados o departamentos, diagnosticada esta necesidad esta plataforma propuesta se adecúa para tener actualizada la información que se quiere comunicar para que todas los empleados puedan visualizarla en cualquier momento que así lo requieran.

A continuación se presentan los ejemplos y pasos propuestos que ratifican la propuesta de implementar el uso de esta herramienta para la mejora de la comunicación interna dentro del Colegio Kids World para sus empleados.

1. El departamento de Informática pone a disposición de todos los empleados un nuevo sistema de soporte técnico al que todos tienen fácil acceso.
2. El colegio cuenta con una agencia de publicidad, quién será encargada de desarrollar las piezas gráficas propuestas en esta estrategia y desarrollo de imagen de esta nueva plataforma, ahorrando recursos para el colegio.
3. El departamento de La Dirección General comparte información sobre las

promociones del colegio, publicidades, calendario, anuncios, reuniones, manuales, formatos descargables y materiales de uso diario para los empleados, esto permitirá que todos los maestros estén enterados de reuniones o información en todo momento, evitando que exista más desinformación en el colegio.

4. El departamento de coordinación puede poner a disposición los formularios o plantillas de planificación hoja de vacaciones, encuestas, resultados, mensajes y calendarización con sus maestros, con el fin de tener la información a la mano.

5. El departamento de RRHH puede anunciar las plazas internas disponibles o anuncios importantes que el Colegio Kids World quiera anunciar.

Estos son sólo algunos ejemplos del uso de una intranet que propongo, cada director o coordinador de departamento será responsable de explotar la intranet de la empresa, publicando información útil para los empleados. La intranet es uno de los mejores vehículos de comunicación para mejorar la comunicación interna dentro de una empresa, si se le da el uso y seguimiento adecuado puede llegar a ser la herramienta que cambie la comunicación y la forma de trabajo de los empleados.

Una intranet debe ser proyectada de acuerdo a las necesidades de la empresa o de la organización para los tipos de servicios a implementar. Por lo tanto, la intranet no debe ser diseñada sólo por el personal informático de la empresa, sino conforme a un proyecto que tenga en cuenta las necesidades de todas las partes que constituyen la empresa.

Se debe proponer disponer de pestañas o secciones por cada nivel educativo, para dar información general del mismo y que lo vean las personas involucradas a ese nivel.

Se propone incluir también, una galería de fotografías, y un calendario de actividades, creando una pestaña principal donde se puedan colocar una sección de Noticias del Colegio Kids World para dar a conocer lo más relevante de los sucesos.

También se propone que exista en esta intranet un directorio con nombres completos, teléfonos y correos electrónicos actualizados para que esté la información a la mano para cualquier persona y tenga acceso a comunicarse entre colaboradores de una manera rápida y accesible.

5.6.1 Propuesta de Comunicación de nueva plataforma de Intranet

Nombre sugerido de plataforma Intranet: Luego de realizar un análisis de información y de indagar acerca de la historia del colegio, sus valores, se llegó a una propuesta de nombre, el cual se espera que los empleados sientan conexión e identificación con él.

El nombre que se propone es: Teach World.

Racional:

Se propuso el nombre debido a que es un nombre simple pero se puede identificar rápidamente con el establecimiento. La plataforma pretende educar a los maestros y darles herramientas para la mejora de su comunicación interna, por lo que el contexto de TEACH (enseñar) es algo que se adapta a una entidad educativa y la palabra WORLD (mundo) es porque el colegio y la plataforma es el nuevo mundo que tendrán para comunicarse y en el cuál encontrarán un universo de herramientas necesarias para la mejora de su comunicación interna.

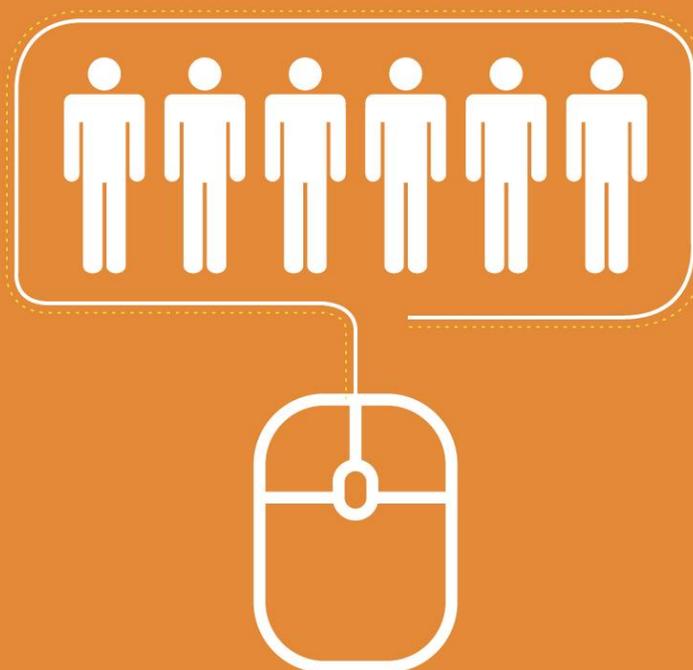
Campaña Gráfica:

Como parte de iniciativa de este proyecto, se propone una línea gráfica para el desarrollo de esta plataforma, la cual se recomienda que lleve 3 etapas:

- Campaña de expectativa
- Campaña de lanzamiento
- Mantenimiento de imagen

A continuación algunos ejemplos de esta propuesta para vender y entender el tipo de comunicación gráfica que se propone para este proyecto.

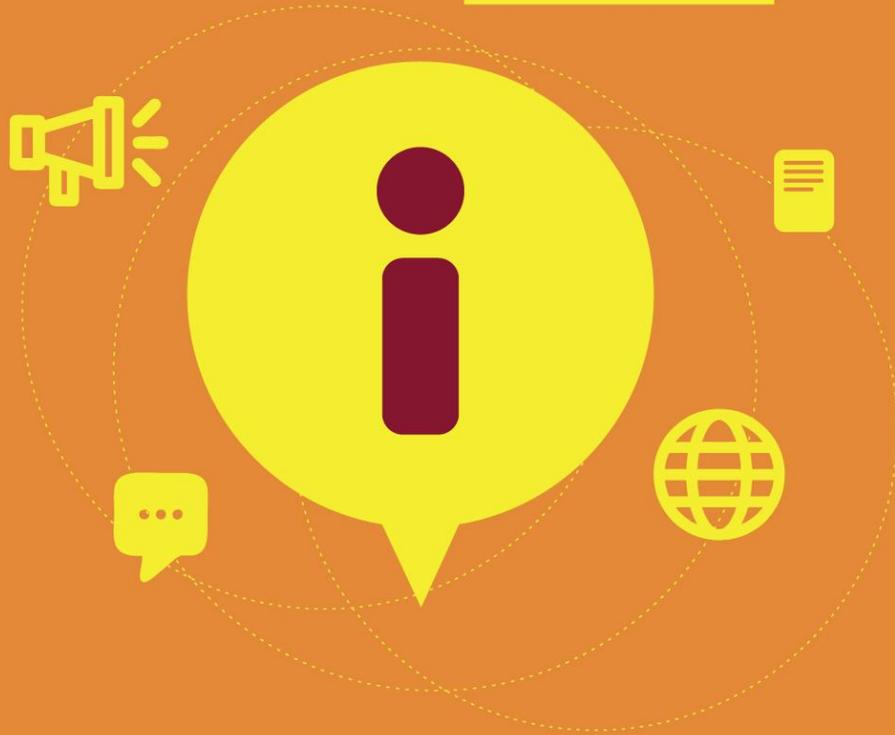
Muy pronto todos estaremos unidos con un solo clic



La innovación nos distingue de los demás



Estar informado ahora será más fácil



La innovación nos distingue de los demás



Campaña de Lanzamiento:

Bienvenido a

 **Teach World**

 **Teach World**

**Una plataforma para
estar siempre informado.**

La innovación nos distingue de los demás


Colegio
KIDS WORLD

con
 **Teach World**

**tendrás todas
tus herramientas
a un solo clic.**



La innovación nos distingue de los demás



5.6 Acciones

| | | | | |
|---------------------|---|---|--|---|
| Objetivo | * Crear una plataforma virtual que permita el rápido y seguro acceso a la información | * Implementar una herramienta a la mano para que se desempeñen sus colaboradores. | *Mejorar la comunicación interna entre empleados y dirección | *Mejorar el clima laboral |
| Actividades | * Lanzar una campaña de expectativa y de lanzamiento para dar a conocer la plataforma | * Hacer una evaluación con empleados a detalle para buscar oportunidades en la plataforma | * Desarrollo de la plataforma y periodo de prueba | * Inducción, Evaluación y ejecución de plataforma |
| Ubicación | Colegios Kids World 5ta. Avenida 5-76 zona 012 Colonia Morse | | | |
| Recursos | *Compra de Software para plataforma | *Contratación de una señal de internet adecuada | *Acceso a computadoras en salas de maestros y material POP para capacitación | *Contratación de personal de IT para colegio |
| Responsables | * Dirección general | *Coordinación académica | *Recursos humanos | *Departamento de it |
| Indicadores | *Respuesta automática de correos | *Incremento de la comunicación entre distintos colectivos | *Número de personas asociadas y que usen la plataforma | |

5.7 Presupuesto

| ITEM O DESCRIPCION | CANTIDAD | COSTO | |
|--|----------|----------|--------------------|
| | | UNITARIO | TOTAL |
| Desarrollo y programación de intranet | 1 | Q. 3500 | Q.3500 |
| Computadora DELL | 10 | Q.3000 | Q.30,000 |
| Persona de IT para desarrollo y pruebas/ 1 mes | 1 | Q 8,000 | Q.8,000 |
| Router inalámbricos con capacidad | 2 | Q. 2,000 | Q. 4,000 |
| Impresión de Afiches para campaña | 30 | Q.8.00 | Q.160.00 |
| Impresión de trifoliales full color | 50 | Q.10.00 | Q.500.00 |
| CPU especial para conexión de intranet | 1 | Q2500 | Q2500.00 |
| TOTAL | | | Q.48,660.00 |

Conclusiones

Al trabajar sobre los objetivos planteados y respuestas obtenidas se llegó a las siguientes conclusiones.

1. Luego del diagnóstico realizado se puede detectar que no existe un canal establecido para la fluidez de la comunicación interna entre colaboradores en el Colegio Kids World, causando desinformación, mal desarrollo de procesos e inconformidad de maestros en su mayoría.

2. Se detectó que no existen herramientas en el Colegio Kids World con maestros y coordinadores respecto al conocimiento y práctica de la comunicación interna, lo que causa inconformidad entre empleados por la falta de herramientas como cartas, memorándums o plataformas que permitan el buen desarrollo de sus tareas y convivencia diaria.

3. Luego de la evaluación se puede concluir que en el establecimiento es necesario implementar una estrategia de comunicación interna a través de una plataforma estructurada que ayude a contribuir de forma positiva en el desempeño laboral de todos los empleados, a la mejora de la organización y comunicación interna.

Recomendaciones

Las recomendaciones planteadas para implementar en Colegio Kids World son las siguientes.

1. Identificar a través de una reunión o una evaluación las herramientas que los empleados creen necesarias que deban tener a la mano para poder tenerlas en cuenta para mejor desempeño laboral.
2. Analizar las causas de inconformidad que se logren detectar con cada uno de los maestros, esto permitirá hacer una lista de mejoras que pueden trabajarse y tratarse de mejor manera.
3. Se recomienda luego de analizar la lista de inconformidades, desarrollar la estrategia desarrollada para este problema en esta tesis, la cual logrará luego del análisis, implementar una plataforma que pueda incluir todas esas herramientas que ayuden a los empleados a la mejora de su comunicación interna y lograr una conexión más profunda entre ellos.

Referencias Bibliográficas

1. Lasswell, Harold D., La política como reparto de influencia, Aguilar, Madrid, 1974.
2. Manuel Tessi, Comunicación interna en la práctica rústica, México, 2012
3. Pilar Fernández Soto, Metodología de gestión de centros educativos, Ediciones Paulinas Madrid España 2005.
4. Benito, Ángel, Diccionario De Ciencias Y Técnicas De La Comunicación / Ediciones Paulinas, Madrid España 1991.
5. Bethami, A. Dobkin Y Pace, Roger C. Comunicación En Un Mundo Cambiante, 2ed MAC-GRAW HILL Interamericana, México, D.F. 2007.
6. Marroquín Pérez Manuel, La comunicación interpersonal , edición mensajero.1997.
7. De La Mota, Ignacio H. Diccionario Del A Comunicación, Tomo 1, Paraninfo, Madrid, España, 1988.
8. Interiano, Carlos, Comunicación y semiología, 5ª. Edición, Guatemala. CESCO, 1997.
9. Vidales Delgado, Ismael, Teoría de la Comunicación, curso básico. Editorial Limusa; México, 1995.
10. Coronado, Juan José. La comunicación interpersonal más allá de la apariencia. 1992. ITESO. Biblioteca usac.

11. Tesis por Hugo Leonel Contreras, estudio y estrategia de comunicación interna para una empresa de confección textil, 2012.
12. Tesis por Hugo Leonel Contreras Estudio y estrategia de comunicación interna para una empresa de confección textil, 2012.
13. Tesis por Elisa Legerén Álvarez Diseño de un sistema de información mediante una intranet corporativa: propuesta de implementación en una empresa constructora de la provincia de Granada, 2011
14. Tesis por Juan Ramón Valdez Contreras,. Diagnóstico y propuesta para poner en práctica la comunicación interpersonal en la guardería infantil Magic Kids, 2010.
15. Tesis por Licda. Arelis Renee Bolaños Mancio, Estrategia de Comunicación interna del Centro Educativo Fe y Alegría No.45. 2013
16. Tesis por Ingrid Viviana Lemus, Propuesta de Estrategia de comunicación para el movimiento Ajtz Tzukk, 2011
17. Santos García, D. V. (2012). Fundamentos de la Comunicación. México
18. Andrino, L. M. (Octubre de 2013). Estrategia de comunicación externa dirigida a Guatemala.
19. Calderón Artiga, A. M. (2016). Estrategia de comunicación externa para el Instituto de Estudios Comparados en Ciencias Penales De Guatemala (ICCPG). GUATEMALA
20. Guevara, I. V. (marzo de 2011). PROPUESTA DE ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA. Guatemala, Guatemala, Guatemala.

Referencias electrónicas

18. <http://www.informatica-hoy.com.ar/aprender-informatica/Que-es-una-Intranet.php>
19. <http://ctb.ku.edu/es/tabla-de-contenidos/liderazgo/administracion-efectiva/comunicacion-interna/principal>
20. http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/comunicacion/teoria_d_e_la_comunicacion_y_corrientes#Teoria_estructural_funcionalista
21. www.emprendepymes.com
22. <http://www.rppnet.com.ar/>
23. <http://www.repositorio.usac.edu.gt>.
24. <http://www.gestiopolis.com/la-planeacion-estrategica-en-el-proceso-administrativo/>
25. <http://conceptodefinicion.de/metodo-cuantitativo/>
25. www.kidsworld.edu.gt

Anexos



Universidad de San Carlos de Guatemala
Escuela de Ciencias de la Comunicación
Comisión de Tesis 2017



A continuación encontrará una serie de preguntas, por favor responda con la mayor sinceridad en las líneas correspondientes.

a) **¿Conoce el sistema de Jerarquía que existe en el Colegio Kids World?**

- Sí
- No

b) **¿Conoce algún manual de comunicación interna que exista para procesos entre docentes, coordinación y personal administrativo?**

- Sí
- No

c) **¿Por qué medio se comunican entre los miembros del Colegio Kids World?**

- Teléfono
- Correo Electrónico
- De persona a persona
- Otros

d) **¿Qué medio utilizan para convocar una reunión entre docentes y coordinación?**

- Correo electrónico
- De persona a persona

e) ¿Para ti cuál es el medio más conveniente de trasladar la información de las actividades o tareas que solicita la coordinación del Colegio Kids World a sus maestros?

- Teléfono
- Correo Electrónico
- De persona a persona
- Redes Sociales
- Memos u escritos
- Otros

f) ¿Según tu opinión ¿Qué herramientas se pueden implementar para mejorar o mantener una buena comunicación tanto con la Coordinación como con la Dirección general del Colegio Kids World?

- Calendario
- Memos
- Reuniones
- Redes Sociales
- Internet
- Opinión

g) ¿Cuál considera la mejor forma de convocar una reunión entre personal administrativo y docentes?

- Memos
- Persona a persona
- Correo electrónico
- Opinión

h) ¿Actualmente manejan alguna forma de evaluación para calificar reuniones de coordinación de docentes?

Si

No

i) ¿Le gustaría que existiera una forma de evaluar las reuniones y los temas tratados con los maestros?

Si

No

Porqué

j) ¿Considera accesible la comunicación hacia la coordinación para la que trabaja?

Si

No

Porqué

k) ¿Considera que existe alguna barrera a la hora de comunicarse con su coordinación (semántica, física, fisiológica o personal)?

Si

No

Mencione cuál

l) ¿La información originada en los niveles inferiores llega hasta la alta dirección y es respondida con prontitud?

Si

No

m) ¿Ha tenido usted falta de información que le haya provocado alguna dificultad o problema para el desarrollo de sus labores dentro de la organización?

Si

No

Porqué

n) ¿Cuál es el principal medio de comunicación para la transmisión de información con sus compañeros del mismo nivel jerárquico?

Persona a persona

Correo electrónico

Teléfono

ñ) ¿Cómo califica la comunicación interna del Colegio Kids World?

Buena

Mala

Regular

o) ¿Qué considera que debería de cambiar para obtener una comunicación interna adecuada entre coordinación y maestros?

División de grupos

Responsabilidad

Difusión de información

Escuchar

| |
|--|
| |
|--|

p) ¿Para qué cree usted que funciona la comunicación en la institución?

Para transmitir información

Para promover cambios en conductas

Para promover el clima organizacional

Para mejorar el desempeño del centro educativo

q) ¿En el colegio Kids World llevan a cabo alguna reunión mensual para evaluación de trabajo y pendientes?

Si

No