

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE COMUNICACIÓN, LINGÜÍSTICA Y LITERATURA

ESCUELA DE COMUNICACIÓN

**GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA PARA MEJORAR EL
CLIMA LABORAL EN LA
UNIDAD EDUCATIVA JULIO VERNE**

Karina Rojas Sarmiento

Director: Francisco Pacheco, M.E.E

Quito, 2018

AGRADECIMIENTO

Le agradezco a Dios y a la Virgencita por darme la vida, por cuidarme y por sus bendiciones. Les agradezco por permitirme llegar hasta este punto tan importante, el cual me abrirá las puertas a nuevos caminos. Sobre todo, les doy gracias por darme una madre maravillosa que a pesar de todas las dificultades que hemos vivido me ha enseñado a no decaer y seguir adelante.

Mami te agradezco por tu amor incondicional, por tus enseñanzas y apoyo. Espero algún día ser como tú, porque eres un ejemplo de mujer, madre y profesional. Te amo inmensamente.

Agradezco a mi familia por el cariño que me tienen. Cada uno es muy importante para mí y sueño con que algún día todo se arregle y podemos volver a estar todos unidos.

También agradezco a mis profesoras y profesores que durante estos cuatro años de estudio me enseñaron lo teórico y lo práctico de la comunicación, pero sobre todo lo hermoso de esta carrera. Ellos no solo fueron profesores que imparten materias, fueron amigos en los que se puede confiar. No puedo dejar de mencionar a mi profe Julia, usted fue una gran maestra y su pérdida dejó un vacío en mi corazón.

Debo agradecer especialmente a mi director de disertación, Francisco Pacheco, por su tiempo, colaboración y paciencia para que este trabajo se culmine de la mejor manera.

Finalmente, pero no menos importante agradezco a la Unidad Educativa Julio Verne, especialmente a la licenciada Lourdes Mucarsel, por abrirme las puertas de su institución y permitirme realizar mi trabajo de disertación en la misma.

DEDICATORIA

Dedico el siguiente trabajo de disertación a mi mami Vilma, por amarme infinitamente, por apoyarme en todo momento y demostrarme que con esfuerzo todo en la vida se puede lograr.

La tesis también va dedicada a mi mamita Zoila que está en cielo, no sabe cuánto le extraño, espero que este muy orgullosa de ver a su nieta cumplir una meta más.

Le agradezco también a mi grande muy grande familia, pues cada uno ha dejado un granito de enseñanza en mí, pero especialmente le agradezco a mi tía Jany que desde pequeña me cuidó, me brindó sus consejos y me enseñó muchas cosas, a mi tía Mariu que desde su regreso de España me ha protegido y me ha demostrado su cariño incondicional y finalmente a mi segunda madre Gladys, por cuidarme desde que nací y nunca dejar buscar mi bienestar. También dedico esta tesis a mis amigas y amigos del colegio y la universidad con los cuales he vivido muchas experiencias tanto buenas y malas, de las cuales hemos aprendido. Y sobre todo, a los que me apoyaron en el proceso de la tesis, pues muchas veces pensé que no lo lograría y nunca me faltó una palabra de apoyo para que no me rinda.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Resumen.....	1
Introducción	2
CAPÍTULO I.....	3
COMUNICACIÓN Y CLIMA LABORAL.....	3
Proceso de comunicación	3
1.1 Comunicación organizacional.....	4
1.2 Comunicación interna	6
1.2.1 Canales de comunicación.....	8
1.2.2 Clasificación de la comunicación interna	9
1.3.2.1 Comunicación formal.....	9
1.3.2.2 Comunicación informal	10
1.3.3 Flujos de comunicación	10
1.4 Estrategias de comunicación.....	11
1.5 Públicos en la organización.....	12
1.5.1 Público interno	13
1.6 Diagnóstico comunicación.....	14
1.6.1 Tipos de diagnóstico de comunicación.....	15
1.7 Clima laboral.....	17
1.7.1 Características del clima laboral.....	17
1.7.2 Dimensiones del clima laboral	18
1.8 Conceptos relacionados con clima laboral	22
1.8.1 Satisfacción laboral.....	22
1.8.2 Cultura empresarial.....	22
1.8.3 Compromiso en el trabajo	23
CAPÍTULO II	24
UNIDAD EDUCATIVA JULIO VERNE.....	24
2.1 Historia de la Institución.....	24
2.2 Situación actual de la Institución	24
2.3 Infraestructura	26

2.4 Filosofía corporativa de la Unidad Educativa JulioVerne	29
2.4.1 Misión.....	29
2.4.2 Visión.....	29
2.4.3 Valores.....	30
2.5 Organigrama estructural.....	30
2.6 Servicios.....	31
2.7 Públicos.....	33
2.7.1 Público interno del JV.....	33
2.8 Manejo de la comunicación	34

CAPÍTULO III.....35

DIAGNÓSTICO COMUNICACIÓN INTERNA, ANÁLISIS Y ESTRATEGIAS35

3.1 Introducción.....	35
3.1.1 Objetivos.....	35
3.1.1.1 Objetivo general.....	35
3.1.1.2 Objetivos específicos	35
3.2 Metodología.....	35
3.2.1 Encuesta.....	35
3.2.2 Entrevista	36
3.2.3 Observación.....	36
3.3 Diseño del plan de muestreo.....	36
3.3.1 Definición de la población.....	36
3.3.2 Identificación del marco muestral.....	36
3.4 Análisis y presentación de resultados	36
3.5 Conclusiones	66
3.6 Recomendaciones.....	66
3.7 Plan estratégico de comunicación interna.....	67
3.7.1 Introducción.....	67
3.7.2 Estrategia 1: Clima laboral.....	67
3.7.3 Estrategia 2: Crear una cultura organizacional fuerte dentro de la institución	69
3.7.4 Estrategia 3: Canales y flujos de comunicación.....	70
3.7.5. Matriz del Plan estratégico de comunicación	72
3.8 Referencias bibliográficas.....	73

ANEXOS

Desarrollo investigación por encuesta	85
Procedimiento de recolección de datos.....	86
Encuesta.....	97
Transcripción de entrevistas.....	103

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Puntos importantes de la comunicación interna	7
Tabla 2: Canales de comunicación.....	9
Tabla 3: Flujos de comunicación.....	11
Tabla 4: Esquema de públicos de la comunicación interna	13
Tabla 5: Tipos de diagnóstico	16
Tabla 6: Dimensiones de la comunicación	19
Tabla 7: Enumeración de valores	48

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Organigrama Unidad Educativa Julio Verne	31
Figura 2: Reconocimiento	36
Figura 3: Tipos de reconocimientos.....	37
Figura 4: Expresar opinión.....	38
Figura 5: Información	38
Figura 6: Puntos de vista	39
Figura 7: Autonomía en el trabajo	40
Figura 8: Colaboración con las personas de otras áreas	40
Figura 9: Colaboración con las personas de la misma área	41
Figura 10: Solicitar ayuda al jefe inmediato	42
Figura 11: Sentirse bienvenido	42
Figura 12: Ambiente laboral.....	43
Figura 13: Innovación.....	44
Figura 14: Misión.....	45
Figura15: Descripción de la misión.....	45
Figura 16: Visión	46
Figura17: Descripción de la visión	47
Figura18: Valores	48
Figura 19: Comunicación de resultados	49
Figura 20: Recibió inducción.....	50
Figura 21: Opinión sobre la inducción.....	50
Figura 22: Medios que se utilizan generalmente en UEJV	51
Figura 23: Descripción de otros medios que se utilizan generalmente en UEJV	52
Figura 24: Medios por los cuales obtiene información.....	53
Figura 25: Otros medios por los cuales obtiene información	53
Figura 26: Información que les gustaría recibir	54
Figura 27: Correo institucional	55
Figura 28: Uso del correo institucional.....	56
Figura 29: De quién se recibe información.....	56
Figura 30: Claridad en los mensajes.....	57
Figura 31: Obstáculos en transmisión de mensajes	58

Figura 32: Medios que prefiere para enviar información	59
Figura 33: Otros medios que se prefiere para enviar información.....	59
Figura 34: Medios que se prefiere para recibir información.....	60
Figura 35: Otros medios que se prefiere para recibir información.....	60
Figura 36: Comunicación interna planificada.....	61
Figura 37: Satisfacción con la comunicación interna	62
Figura 38: Área de comunicación especializada.....	62
Figura 39: Flujo de comunicación	63
Figura 40: Edad.....	64
Figura 41: Nivel en el trabajo.....	64
Figura 42: Años de trabajo.....	65

ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS

Fotografía 1: Unidad Educativa Julio Verne.....	28
Fotografía 2: Taller Infantil Chiquitines.....	28
Fotografía 3: Canchas.....	28
Fotografía 4: Coliseo.....	28
Fotografía 5: Piscina.....	28

RESUMEN

Es muy importante tener en cuenta que el no adecuado manejo de la comunicación interna dentro de una institución puede generar un ambiente laboral inadecuado. El presente trabajo parte de un diagnóstico de comunicación para identificar las dificultades institucionales en el manejo de la información interna dirigido al personal y las consecuencias que esto produce. Dentro del diagnóstico se realizó una encuesta a los 67 miembros de la institución, una entrevista y observación. Al analizar los resultados de la encuestas se muestra que existen problemas como confusión en los mensajes, falta de procedimientos comunicacionales, canales inadecuados, entre otros, lo que en cierta medida provoca un ambiente laboral inadecuado y una baja productividad, pues los miembros se sienten desinformados, confundidos, desmotivados y en ocasiones no apreciados en su lugar de trabajo. Por esta razón, con los resultados del diagnóstico se planteó un plan estratégico de comunicación. En el plan estratégico de comunicación busca mejorar fortalecer el clima laboral, consolidar una cultura organizacional fuerte dentro de la institución y definir canales de comunicación y mejorar los existentes.

INTRODUCCIÓN

La comunicación es una condición necesaria para la existencia del ser humano, pues le permite relacionarse con la sociedad, a través de la expresión de ideas, sentimientos y necesidades. El ser humano al ser parte de una organización tiene la necesidad de comunicarse dentro de la misma, por lo tanto una empresa no está exenta del manejo de la comunicación.

Dentro de la organización existe la comunicación interna y externa, para la presente disertación se trabajará con la comunicación interna, la cual es vital porque brinda herramientas para mejorar las relaciones entre empleados, para que estos se sientan satisfechos con su trabajo y se mejore la productividad.

El estudio se realizó la Unidad Educativa Julio Verne, la institución lleva más de 11 años educando a niños y niñas de la ciudad de Quito. En la actualidad cuenta con más de 500 estudiantes y con 60 trabajadores.

Para el siguiente trabajo se realizó un diagnóstico de comunicación, se hizo una encuesta el 14 de marzo del 2018 a los 60 miembros de la institución. En la cual dio como resultado problemas comunicacionales, por ejemplo: falta de comunicación de las decisiones, falta de conocimiento de la cultura organizacional, falta de procedimientos comunicacionales, mal manejo de los canales de comunicación. Para ayudar a resolver estos problemas se crea un plan estratégico de comunicación.

En el primer capítulo era indispensable conocer la parte teórica sobre la comunicación interna y el clima laboral, por lo cual se reunió bibliografía para tener claro cómo realizar correctamente la investigación.

En la segunda parte de esta disertación se realiza una descripción de la Unidad Educativa Julio Verne, para conocer su historia, actualidad, objetivos, servicios, filosofía, públicos, entre otras cosas. En este capítulo hubo un mayor acercamiento sobre la realidad que vive la institución.

En el tercer capítulo se analiza los resultados del diagnóstico de comunicación. Al analizar los datos obtenidos por las diferentes metodologías, se observaron varias problemáticas de comunicación y de clima laboral. Por lo tanto, se procedió a realizar estrategias innovadoras y realistas que permitan enfrentar estos problemas.

CAPÍTULO I

COMUNICACIÓN Y CLIMA LABORAL

El ser humano es un ente social por naturaleza, siempre busca analizar su entorno y compartir las ideas que tiene sobre el mismo, por tanto una de las características esenciales que posee es el arte de comunicarse. La comunicación “no es un invento, sino parte de nuestro modo humano de existir. Está metida dentro de lo más profundo de nuestro ser” (Zacchetto & Braga, 2001).

1.1. Proceso de comunicación

A lo largo de los años se han determinado diferentes modelos de procesos comunicacionales, unos más complejos que otros, los cuales han ido cambiando de acuerdo a las necesidades de la realidad en evolución. La propuesta que vamos a utilizar en esta investigación es la de Daniel Prieto Castillo, quien busca romper la unidireccionalidad que existía en los modelos tradicionales y toma en cuenta más elementos que sirven para el proceso de comunicación. Los elementos que incluye son:

Formación social y Marco de referencia: Para comprender el mensaje que nuestro emisor transmite debemos tener en cuenta el contexto en cual vivió y vive. Debemos conocer sus implicaciones ideológicas, económicas, políticas y culturales. Sobretodo debemos saber con quién se relaciona dentro de estos ámbitos. En otras palabras, lo que transmite el emisor no es propio de él, sino de las relaciones sociales dentro de las cuales se desarrolló y desarrolla. Esto no quiere decir que la conducta diaria esté determinada totalmente por las implicaciones mencionadas anteriormente, pues dentro de la formación social se permite la autonomía y las relaciones sociales contradictorias, aunque al final siempre el emisor va transmitir su mensaje con tintes de su contexto (Castillo, s.f).

Código: El código es un conjunto de señales o signos de una sociedad que permiten la comunicación en grupos y entre grupos. El código permite al emisor elaborar el mensaje y al receptor interpretarlo; siempre y cuando el emisor y el receptor utilizan el mismo código. Ejemplo: castellano, señales de tránsito, el código Morse. (Castillo, s.f)

Emisor: Es el sujeto que da inicio al proceso de comunicación, transmite las ideas en un código similar al que tiene el destinatario. Es quien elige el canal de transmisión del mensaje considerando la perspectiva cultural del individuo, grupo o institución. Sin embargo, debemos dejar de ver al emisor como un individuo que solo transmite en momentos puntuales, pues un emisor transmite mensajes en todo momento, tanto verbales como no verbales. Dentro del emisor encontramos dos tipos de emisor: el emisor real y el emisor vocero. El primero es la persona, dueño de la emisión, selección y transmisión del tema y el segundo es la persona que transmite lo que otras personas piensan o indican. (Castillo, s.f)

Perceptor: Es el sujeto que recibe una idea del emisor en un código similar. Se encarga de percibir el mensaje. La percepción consiste esencialmente en una extracción de información de la realidad para orientar la propia conducta. Al igual que el emisor transmite un mensaje con tintes de su contexto en el que vive; es decir, percibe estos mensajes de acuerdo a su situación social y relaciones cotidianas. (Castillo, s.f)

Mensaje: El mensaje es un signo o conjunto que son transmitidos del emisor al perceptor. Los signos pueden ser verbales o no verbales. El emisor antes de comunicar el mensaje debería tener claro lo qué va a transmitir y cómo lo va hacer. Por ejemplo: Una maestra antes de enseñarles a sus alumnos sobre un tema debe conocer muy bien sobre este (QUÉ) y saber qué edad y que conocimiento previos tienen los estudiantes para saber cómo transmitir el tema (CÓMO). (Castillo, s.f)

Medios y recursos: Los medios son los canales por los cuales el emisor transmite el mensaje al perceptor. Se debe buscar siempre que el canal sea eficaz y que este permita una retroalimentación. (Castillo, s.f)

Referente: Es la realidad a la que se refiere el mensaje, es decir, es la realidad que es percibida gracias al mensaje (Retórica, s.f).

1.2. Comunicación organizacional

La comunicación organizacional ocurre en un sistema complejo y abierto que se relaciona con el medio ambiente. Implica personas, sus actitudes, sus sentimientos, sus relaciones y habilidades, es el intercambio de mensajes por diferentes canales donde existe

una retroalimentación de los mismos; todo esto con el fin de cumplir con los objetivos dentro de la organización.

A una organización la podemos comparar con un cuerpo humano, el cual tiene que estar en constante relación con todas sus partes para tener un buen funcionamiento. El sistema circulatorio vendría a ser la comunicación y la sangre que recorre todo el cuerpo la información, si esta deja de llegar a una parte del cuerpo deja de funcionar. Si una organización deja de transmitir información puede dejar de existir (Andrade H. , 2005).

Son muchas las organizaciones que tienen problemas de comunicación dentro de la empresa, pues no existen buenos canales de comunicación, los mensajes no son claros, los jefes no dicen lo que esperan de sus empleados, las decisiones no están siendo tomadas adecuadamente, estos problemas y mucho más producen que la organización se vaya destruyendo y hasta llegan desaparecer; además, el trascurso de este deterioro afecta a los empleados creando un ambiente inapropiado para desarrollarse profesionalmente.

Sin embargo, existen organizaciones que tienen claro la importancia de la comunicación y tienen áreas específicas que manejan la misma, con personas especializadas, las cuales buscan que la información llegue a todos los miembros y que esta se útil para cumplir con el trabajo.

La comunicación organizacional es:

Un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, entre la organización y su medio; o bien, influir en las opiniones, aptitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que ésta última cumpla mejor y más rápido los objetivos. (Collado C. , 1997, pág. 31)

La comunicación organizacional puede traer varios beneficios a la empresa, estos son solo algunos de ellos.

- Favorece la relación entre las personas
- Impulsa la identidad corporativa
- Se alcanzan los objetivos
- Los empleados tienen mayor libertad de expresión
- Mejora el clima laboral

La comunicación organizacional, siguiendo a Fernández Collado puede dividirse en comunicación externa e interna (Collado C. , 1997). La comunicación externa se dirige a los diferentes públicos externos de la organización tales como: accionistas, proveedores, clientes, distribuidores, medios de comunicación, entre otros. Estos mensajes son emitidos para mejorar las relaciones con ellos, a proyectar una imagen favorable o a promover sus productos y servicios. Por otro lado, la comunicación interna se dirige al personal de la organización como: directivos, gerentes, empleados, personal de apoyo.

1.3 Comunicación interna

La comunicación interna para Andrade es:

El conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantenga informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales. (Andrade H. , 1991, págs. 32-33)

Mientras que para Kreps, la comunicación interna es:

“El modelo de mensajes compartidos entre los miembros de la organización. Es la interacción humana que ocurre dentro de las organizaciones y entre los miembros de las mismas” (Kreps, 1990) como se citó en (Morales F. , 2001, pág. 51).

En otras palabras, la comunicación interna busca transmitir mensajes con eficacia para que sean comprendidos específicamente por todo el público interno de una organización, con el fin de crear un entorno productivo y armonioso.

Según Brandolini y González la comunicación interna nos permite cuatro puntos importantes dentro de la organización (Brandolini & González, 2009, págs. 25-26).

Tabla 1: *Puntos importantes de la comunicación interna*

Generar la implicación de personal	Busca que los empleados se comprometan con su trabajo para alcanzar los objetivos de la compañía.
Armonizar las acciones de la empresa	Busca que siempre haya diálogo y comunicación entre todas las áreas de la empresa, para que no existan conflictos dentro de la misma.
Propiciar un cambio de actitudes	Busca que todos los empleados tengan conocimiento sobre la empresa, para poder lograr cierta medida de independencia que posibilite la toma de decisiones individuales y grupales para facilitar el alcance de metas propuestas por la organización.
Mejorar la productividad	Al generar un comunicación eficiente y eficaz, todos los empleados conocen los objetivos de la empresa; por lo tanto, tienen claro cómo desempeñarse mejor laboralmente para generar mayor productividad.

Referencia: Brandolini & González (2009)

Dentro de las organizaciones hay diferentes sectores y líneas de mando que pueden ser emisores o perceptores; sin embargo, cada línea de mando tiene un diferente propósito comunicacional.

Alta dirección: La comunicación interna dentro de este espacio se encarga de potenciar procesos productivos, sociales y económicos. Los que comunican desde este nivel fomentan la cultura, la identidad, la competitividad, la integración, participación en proyectos. Si la persona que comunica dentro de esta línea de mando no lo hace bien, se puede perder de vista los objetivos de la empresa (Brandolini & González, 2009).

Líneas de mando medio: La comunicación interna (CI) dentro de esta línea de mando resulta útil para fomentar el trabajo en equipo, definición de objetivos de los puestos y evaluación de resultados. Cuando la CI no es utilizada adecuadamente dentro de este mando se genera una deficiencia en el desempeño laboral, contradicción en los procedimientos, desestimular la participación y se jerarquiza más fuerte la organización. (Brandolini & González, 2009)

Recursos humanos: Dentro de este mando se encuentran todos los empleados de la organización. La CI fomenta la participación e integración entre empleados y mejora de procedimientos. Genera un clima laboral en el cual el empleado se siente escuchado, valorado y estimulado. Una mala CI dentro de este mando genera un clima tenso, rumores, malestar y errores de procedimiento. (Brandolini & González, 2009)

1.3.1 Canales de comunicación

El canal es el medio por el cual se transmite un mensaje. Dentro de una organización es de suma importancia elegir el canal o los canales más convenientes para transmitir la información. "El canal de comunicación es el vehículo que transporta los mensajes de la fuente al receptor; el eslabón físico entre quien envía el mensaje y el receptor del mismo". (Collado C., 1997) como se citó en (Ecured, s.f)

Los canales que se usen en una organización siempre deben permitir una retroalimentación entre el emisor y el receptor; en otras palabras debe ser un canal de dos vías. Un canal de dos vías va a generar un clima laboral colaborativo, seguridad, mayor comprensión, genera independencia y mayor eficacia en las tareas.

Los canales se pueden dividir en formales e informales. Los canales formales son los que transmiten mensajes oficiales y están regulados por las personas en posiciones de autoridad en la organización. Mientras que, los canales informales como Whatsapp personal, boca a boca, chats personales de Facebook, entre otros; no suelen estar sustentados por ningún medio institucional por lo que la información se produce y transmite de forma más directa, rápida y participativa. Sin embargo, estos canales no están regulados por lo tanto la información que se transmite por los mismos puede no ser verídica.

A lo largo de la historia se han creado diferentes clases de canales de comunicación, tenemos canales tradicionales y modernos. Antes de elegir un canal o varios canales para

una organización debemos tener claro el tipo de organización en la que se trabaja y qué tipos de empleados tiene la misma, para elegir correctamente canales que puedan manejarlo todos los trabajadores. En la siguiente tabla observamos diferentes canales que puede usar una organización.

Tabla 2: *Canales de comunicación*

CANALES DE COMUNICACIÓN INTERNA

Tradicionales	Modernos
<ul style="list-style-type: none"> · Boletines · Carteleras · Buzón de sugerencia · Afiches · Cartas · Teléfono · Blog corporativo · Revistas 	<ul style="list-style-type: none"> · E-mail · Facebook · Página web · Carteleras electrónicas · Celulares · Intranet · Chats internos · Videoconferencia · Aplicaciones digitales para comunicarse

1.3.2 Clasificación de la comunicación interna

1.3.2.1. Comunicación Formal

La comunicación formal trata principalmente temas laborales. La información es planificada y sistemática, se la transmite por canales formales de la organización. Se adopta esta comunicación entre los empleados, donde las relaciones formales han sido establecidas por la organización. Generar este tipo de información se demora más porque cumple con normas y tiempos institucionales (Brandolini & González, 2009, pág. 34).

1.3.2.2. Comunicación Informal

La comunicación informal no está planificada y circula por canales no oficiales. Se da por las relaciones sociales que surgen dentro de la organización. Según Rogers “se produce de forma espontánea, no está controlada por los altos ejecutivos, que pocas veces puede ejercer influencia sobre ella, y está motivada en su mayor parte por el propio interés del individuo” (Rogers R. , 1980) como se citó en (Morales F. , 2001, págs. 226-227).

Este tipo de comunicación puede generar malos entendidos y sobre todo rumores. Los rumores se generan cuando los flujos informales no están funcionando adecuadamente, se dan condiciones ambiguas de trabajo, existen situaciones de estrés tanto en empleados como en directivos. El rumor es

Una idea no comprobada que circula en una organización o en el entorno de la misma, es un poderoso medio de comunicación que utiliza todos los canales establecidos, se da sólo con aquellos comunicados sin fundamento o evidencia formal y que se transmite impersonalmente a través de los canales informales. (Martínez de Velasco A. , Nosnik , Savage, & Vargas , 1998) en (Soria R. , 2008, pág. 15)

Dentro de una organización debe predominar el uso de la comunicación formal, pues esta permite tener un mayor control de las actividades que realizan los miembros de la empresa. Además, la información será clara y concisa en todo momento generando un ambiente de confianza dentro de la empresa.

1.3.3 Flujos de comunicación

Dentro de una empresa es indispensable que la comunicación fluya en distintas vías. Por esta razón, los flujos de comunicación son procesos que se llevan a cabo al interior de la organización de acuerdo a la estructura formal (organigrama). Puede ser:

Tabla 3: *Flujos de comunicación*

Comunicación descendente	Comunicación ascendente
<p>Es la comunicación que se genera desde los niveles directivos de una organización hasta el personal. El objetivo de este flujo es que todos conozcan las metas, normas, principio y procedimientos de la organización, lograr confianza, mejorar los canales y procedimientos de comunicación, fortalecer los roles jerárquicos.</p>	<p>Se genera desde los empleados de la organización hasta los directivos o mandos medios. Los empleados tienen la posibilidad de expresar su opinión sobre su trabajo o compañeros; esto puede generar algunas dificultades pero es indispensable este flujo de comunicación, pues permite los directivos conocer el ambiente laboral y si es necesario mejorarlo. Entre los medios más conocidos son: buzones de sugerencias, reuniones de grupo y procedimientos de presentación de quejas.</p>
Comunicación Horizontal	Comunicación Diagonal
<p>Es la comunicación que fluye entre pares. El objetivo de este flujo es buscar la buena coordinación e integración de los diferentes departamentos de la organización. Es importante porque permite no repetir funciones ni malgastar tiempo y dinero en la repetición de procesos administrativos.</p>	<p>Se da entre miembros de departamentos diferentes que se cruzan. No siguen una línea para comunicarse.</p>

Referencia: Brandolini & González (2009) y Castro (2014)

1.4 Estrategias de comunicación

La estrategia nace en el contexto de la guerra en donde se realizaban planes para ganar en un enfrentamiento físico. En la actualidad, la estrategia se usa en el ámbito político, económico y social y adquiere razón, pues es la acción deja de ser la clave y la idea de la

acción es lo que importa, la racionalidad toma el centro del pensamiento estratégico (Pérez, 2001, pág. 12).

Francisco Garrido define la comunicación estratégica como “un marco ordenador que integra los recursos de la comunicación corporativa en un diseño de largo plazo de acuerdo a unos objetivos puntuales y claros que dan una rentabilidad a la empresa” (Garrido F. J., 2004).

En otras palabras la estrategia es la forma en la que se va a llevar a cabo las cosas para alcanzar un objetivo. La estrategia permite generar un cambio dentro de la organización, siempre y cuando se visualice el futuro, se tenga claro los objetivos y la responsabilidad de la empresa.

Según Rafael Alberto Pérez la estrategia se desarrolla desde la teoría de los juegos. En la teoría de juegos “no tenemos que preguntarnos qué vamos a hacer, tenemos que preguntarnos qué vamos a hacer teniendo en cuenta lo que pensamos que harán los demás, ellos actuarán pensando según crean que van a ser nuestras actuaciones” (Navarro, 2011, pág. 1). En el caso de una organización se deben plantear estrategias comunicacionales pensando en lo que puede llegar a pasar a los comunicadores en el futuro, para lograr vencer cualquier obstáculo que no permita cumplir los objetivos.

La comunicación estratégica “es una forma de acción social que se caracteriza porque se produce en una situación de juego estratégico en la que los jugadores hacen uso de la interacción simbólica para resolver sus problemas o maximizar sus oportunidades” (Pérez, 2001, pág. 50) y sirve para encauzar el poder la comunicación y así incidir en los resultados de la partida que estamos jugando en la orientación que marcan nuestros objetivos.

1.5 Públicos en la organización

El público es un conjunto de personas estrechamente relacionadas entre sí por los intereses y afinidades que le son comunes para alcanzar objetivos. Antes de comunicar a nuestro público debemos conocer sus características.

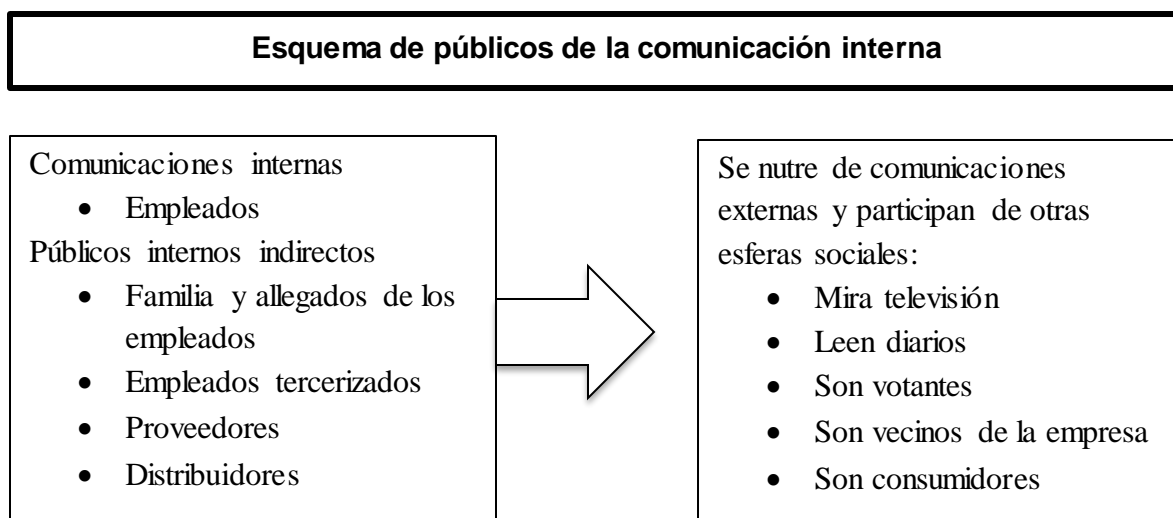
Abraham Nosnik señala que existen tres tipos de públicos organizacionales: los internos, los externos y los especiales. Los públicos son los receptores de la organización. Se dividen en públicos externos están fuera de ella; los internos dentro de ella y los especiales que se encuentran en una especie de limbo organizacional, pues no son externos ni internos. (Nosnik A. , 1995) como se cita en (Soria R. , S.f , pág. 1)

1.5.1 Público interno

Los recursos humanos son los principales destinatarios de las comunicaciones internas. Brandolini y González piensa que dentro del público interno no solo se encuentran los trabajadores de la organización, también se encuentran los trabajadores tercerizados, la familia de los empleados, los accionistas, proveedores, entre otros. Para Nosnik estos serían los públicos especiales que se encuentra en el limbo. Sin embargo, para Brandolini y González son un público interno indirecto, pues todo lo que pase dentro de la empresa también llega a afectarlos. Por ejemplo: si un empleado es destituido de su cargo la familia del mismo empieza a sufrir la falta de economía (Brandolini & González, 2009, pág. 30).

Brandolini y González también considera al público interno específico como público externo pues son ellos quienes después de trabajar salen fuera y son quienes actúan como emisores del mensaje y muestran las conductas que la organización quiere comunicar. A su vez esta comunicación hacia el público externo es más confiable por la cercanía y porque los empleado conocen la realidad de la empresa de cerca. Por esta razón, la comunicación debe ser coherente en ambos sentidos para reflejar una imagen sólida de la empresa. (Brandolini & González, 2009)

Tabla 4: Esquema de públicos de la comunicación interna



Referencias: Brandolini & González (2009)

1.6 Diagnóstico de comunicación

Un diagnóstico es un procedimiento de análisis profundo ya sea a personas, organizaciones u objetos. El diagnóstico puede ser bueno o malo, frente a los resultados malos se debe actuar y dar un tratamiento o crear estrategias para que mejoren.

Hay diferentes tipos de diagnósticos, pero el que nos compete es el diagnóstico de comunicación. El diagnóstico de comunicación interna ofrece una mirada general de la comunicación, “es una herramienta para evaluar las prácticas sociales, orientadas a tener un conocimiento sistemático sobre las mismas, para reconocer fortalezas y debilidades a retomar en la planificación; acciones destinadas a generar modificaciones en la comunicación que ayuden a producir cambios positivo en el grupo, la comunidad o la institución”. (Prieto, 1990) como se citó en (Naranjo , Martínez , Nieves, & Gómez , 2011)

Al realizar un buen diagnóstico se puede generar un plan estratégico de comunicación que ayude a resolver las debilidades de la organización y mejore aún más las fortalezas.

Para realizar un buen diagnóstico se debe tener en cuenta los siguientes puntos:

1. Se debe conocer el perfil organizacional: Debemos conocer en general la organización, debemos tener claro sus objetivos actuales, su ideología, historia, su estructura, clientes, el desarrollo general de la comunicación. Según Brandolini y González esta sería la parte del Pre- diagnóstico.

2. Tener en cuenta el ambiente en el que se desarrolla la organización. Se debe conocer cómo es la relación entre todos los miembros de la organización sin importar el área en la que se encuentre, saber quién es el miembro o miembros más activos en la institución, pues estos ayudarán a ser los voceros de las estrategias y también tener claro la actividad que realiza cada empleado.

3. Como tercer punto se debe analizar las relaciones comunicacionales, es decir cómo circula la comunicación entre público interno.

4. En este punto se debe analizar los canales de comunicación y los mensajes que estos transmiten. Por ejemplo, se debe ver cuáles son los canales principales, cómo funcionan, el tipo de mensaje, si hay respuesta a los mensajes, si el mensaje va dirigido a la necesidad de cada persona.

1.6.1. Tipos de diagnóstico de comunicación

Existen varios autores que proponen diferente clasificación de tipos de diagnósticos de comunicación. A continuación se mencionará la clasificación de dos autores. Primero la clasificación de Daniel Prieto Castillo donde se menciona que de acuerdo al nivel de participación se divide en tipo de diagnóstico pasivo y participativo.

Diagnóstico pasivo: Se le toma a una organización o una comunidad como objeto de estudio. El analizador toma resultados, los evalúa y saca conclusiones sin involucrarse. Los evaluados solo ofrecen información y en ocasiones no saben ni para que le piden datos (Prieto, 1990).

Diagnóstico participativo: Este proceso es educativo, pues es el objeto de estudio es quien tiene consciencia de su situación, por lo tanto participa en todo el proceso. Es el que aporta ideas, conocimientos y experiencias, sacan conclusiones, está al tanto de lo que hacen todos, hay aprendizaje y todos colaboran con soluciones para lograr combatir los problemas (Prieto, 1990).

En el presente trabajo se realizó con el diagnóstico pasivo, pues el objetivo de estudio fue la Unidad Educativa Julio Verne. Los empleados dieron toda la información, en este caso si se les comunicó el objetivo de solicitar su ayuda. Además, la analizadora no era parte de la institución.

La segunda clasificación de tipos de diagnósticos que se describirá es de dos autores, Brandolini y González.

Tabla 5: *Tipos de diagnóstico*

Tipos de diagnóstico	
Amplios	1- Investigación de clima interno. Evalúa sentimientos y percepción de los empleados que contribuyen a establecer el “humor de la compañía”.
	2- Auditoría de comunicación interna. Sirve para evaluar la efectividad de los mensajes de la comunicación interna y su adecuación dentro de un plan estratégico.
Específicos	3- Awareness. Ofrece un diagnóstico de mayor alcance. Es un relevamiento acerca de un tipo de canal.
	4- Readershiper. Éste es un diagnóstico de lectura. Revela el interés del público sobre algunos temas del público sobre algunos temas desarrollados dentro de los canales del CI implementados.

Fuente: Brandolini & González (2009)

De los siguientes tipos de diagnóstico de comunicación se analizarán los dos primeros investigación del clima laboral y auditoría de comunicación, pues son con los cuales se guio el diagnóstico para el presente trabajo.

Investigación del clima laboral: es una encuesta con preguntas abiertas y cerradas que busca principalmente conocer cómo se desarrollan las relaciones interpersonales, las cuales influyen directamente en el clima laboral. Además se sondea motivación, beneficios, remuneración, reconocimientos, es decir políticas y prácticas de recursos humanos (Brandolini & González, 2009).

Auditoría de comunicación: “La auditoría de comunicación interna es una herramienta de medición cuali-cuantitativo que permite evaluar el nivel de efectividad de los mensajes y estrategias de comunicación, para saber si existen disfunciones comunicacionales y sus causas” (Brandolini & González, 2009).

Este diagnóstico evalúa:

- “La calidad de los contenidos de los canales
- La adecuación de las herramientas de la comunicación interna

- Las necesidades de información en los distintos niveles de la organización, en cuanto a su calidad y volumen
- La satisfacción y clima laboral
- La percepción que tiene el público interno de la organización
- Intervención de actores en el flujo de comunicación interna”. (Brandolini & González, 2009)

1.7 Clima Laboral

Forehand y Gilmer definen el clima organizacional como “El conjunto de características permanentes que describen una organización, la distinguen de otra e influye en el comportamiento de las personas que la forman” (Forehand & Gilmer , 1964) como se citó en (García, 2007, pág. 158).

En otras palabras el clima laboral permite observar las fortalezas y problemas que los empleados tienen al interior de la empresa, los cuales ocasionan el aumento o la disminución de la productividad. Para Maisch es importante evaluar el clima laboral para poder identificar cuáles son las dificultades que existen dentro de una empresa (Maisch, 2004).

Podemos determinar si un clima laboral es positivo y negativo cuando se determina las siguientes características en cada uno.

1.7.1 Características del clima laboral

A fin de comprender mejor el clima laboral de una organización debemos tener claro sus siguientes características, según Rodríguez (Rodríguez, 2001) como se citó en (Quispe, s.f).

- El clima organizacional es permanente, se mantiene en cierta estabilidad pero tiene ciertos cambios por diferentes factores.
- Los comportamientos de los trabajadores son modificados por el clima de una empresa.
- El clima de la empresa ejerce influencia en el compromiso e identificación de los trabajadores.
- Los trabajadores modifican el clima laboral de la organización y también afectan sus propios comportamientos y actitudes.

- Diferentes variables estructurales de la empresa afecta el clima de la misma. A su vez estas variables se pueden ver afectadas por el clima.
- Problemas en la organización como rotación y ausentismo puede ser una alarma que en la empresa hay un mal clima laboral. Es decir sus empleados pueden estar insatisfechos.
- Podemos determinar si un clima laboral es positivo y negativo cuando se determina las siguientes características en cada uno.

Clima laboral positivo

Compromiso, poder, productividad, baja rotación, satisfacción, adaptación, innovación, autonomía, buena comunicación. Falta narrativa, dar sentido a los contenidos, interpretación, es muy pobre.

Clima laboral negativo

Ausentismo, alta rotación, poca innovación, baja productividad, desmotivación, poco compromiso, mala comunicación.

El clima laboral es una herramienta que nos permite medir y evaluar al personal de una organización. Al evaluarlo podemos lograr mejorar el mismo.

1.7.2 Dimensiones del clima laboral

Dentro de una organización diferentes estímulos influyen en el comportamiento de un empleado. Estos estímulos son conocidos como dimensiones las cuales pueden ser medidas para conocer cómo se desarrolla el clima laboral.

Varios investigadores encontraron diferentes tipos de dimensiones, las cuales se podrán observar en la siguiente tabla. Algunas dimensiones son parecidas o iguales entre las propuestas de los diferentes investigadores; sin embargo hasta la actualidad no se han concretado un único listado de las mismas (Ramos, 2012).

Tabla 6: Dimensiones de la comunicación

Forehand y Gilmer	Friedlander y Margulies	Gavin	Lawier et al
<ol style="list-style-type: none"> 1. Tamaño de la organización. 2. Estructura organizacional. 3. Complejidad sistemática de la organización. 4. Estilo de liderazgo. 5. Orientación de fines. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Empeño. 2. Obstáculo o trabas. 3. Intimidad. 4. Espíritu de trabajo. 5. Actitud. 6. Acento puesto sobre la producción. 7. Confianza. 8. Consideración. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Estructura organizacional. 2. Obstáculo. 3. Recompensa. 4. Espíritu de trabajo. 5. Confianza y consideración de parte de los administradores. 6. Riesgos y desafíos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Competencia eficacia. 2. Responsabilidad. 3. Nivel práctico concreto. 4. Riesgo. 5. Impulsividad.
Likert	Litwin y Stringer	Meyer	Payne et al
<ol style="list-style-type: none"> 1. Métodos de mando. 2. Naturaleza de las fuerzas de motivación. 3. Naturaleza de los procesos de comunicación. 4. Naturaleza de los procesos de influencia y de interacción. 5. Toma de decisiones. 6. Fijación de los objetivos o de las directrices. 7. Procesos de control. 8. Objetivos de resultados y de perfeccionamiento 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Estructura 2. Responsabilidad 3. Recompensa 4. Riesgo. 5. Apoyo. 6. Normas. 7. Conflicto. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conformidad. 2. Responsabilidad 3. Normas. 4. Recompensa. 5. Claridad organizacional. 6. Espíritu de trabajo. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tipo de organización. 2. Control.
Pritchard y Karasick	Schneider y Bartlett	Steers	Halpin y Crofts
<ol style="list-style-type: none"> 1. Autonomía. 2. Conflicto contra cooperación. 3. Relaciones sociales. 4. Estructura organizacional. 5. Recompensa 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apoyo proveniente de la dirección. 2. Interés por los nuevos empleados. 3. Conflicto. 4. Independencia de los agentes. 5. Satisfacción. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Estructura organizacional. 2. Refuerzo. 3. Centralización del poder. 4. Posibilidad de cumplimiento. 5. Formación y desarrollo. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cohesión entre el cuerpo docente. 2. Grado de compromiso del cuerpo docente. 3. Moral de grupo. 4. Apertura de espíritu. 5. Consideración.

6. Relación entre rendimiento y remuneración. 7. Niveles de ambición de la empresa. 8. Estatus. 9. Flexibilidad de innovación. 10. Centralización. 11. Apoyo.	6. Estructura organizacional.	6. Seguridad contra riesgo. 7. Apertura contra rigidez. 8. Estatus y moral. 9. Reconocimiento y retroalimentación. 10. Competencia y flexibilidad organizacional.	6. Nivel afectivo de las relaciones con la dirección. 7. Importancia de la producción.
--	-------------------------------	---	---

Referencias: Brunet (2011)

Las dimensiones que se van a explicar con mayor detalle son las de Likert, y Pritchard y Karasick pues son pertinentes para esta investigación.

Likert mide la percepción del clima en función de ocho dimensiones: (Brunet, 2011)

1. **Los métodos de mando:** La forma en que se utiliza el liderazgo para influir en los empleados
2. **Naturaleza de las fuerzas de motivación:** Los procedimientos que se instrumentan para motivar a los empleados y responder a sus necesidades.
3. **Naturaleza de los procesos de comunicación:** La naturaleza de los tipos de comunicación en la empresa, así como la manera de ejercerlos.
4. **Naturaleza de los procesos de influencia y de interacción:** La importancia de la interacción superior/subordinado para establecer los objetivos en la organización.
5. **Toma de decisiones:** La pertinencia de las informaciones en que se basan las decisiones así como el reparto de funciones.
6. **Fijación de los objetivos de las directrices:** La forma en la que se establece el sistema de fijación de objetivos y directrices.
7. **Proceso de control:** El ejercicio y la distribución del control entre las instancias organizacionales.
8. **Objetivos de resultados y de perfeccionamiento:** La planificación así como la formación deseada.

Pritchard y Karasick mide la percepción del clima en función de once dimensiones: (Brunet, 2011)

1. **Autonomía:** Se trata del grado de libertad que el individuo puede tener en la toma de decisiones y en la forma de solucionar los problemas.

2. **Conflicto y cooperación:** La dimensión se refiere al nivel de colaboración que observa entre los empleados en el ejercicio de su trabajo y en los apoyos materiales y humanos que estos reciben de su organización.
3. **Relaciones sociales:** Se trata aquí del tipo de atmósfera social y de amistad que se observa dentro de la organización.
4. **Estructura organizacional:** Esta dimensión cubre las directrices, las consignas y las políticas que puede emitir una organización y que afectan directamente la forma de llevar a cabo una tarea.
5. **Recompensa:** Este aspecto se apoya en la forma en que se remunera a los trabajadores (los salarios, los beneficios sociales, etc.)
6. **Relación entre rendimiento y remuneración:** Se trata de la relación que existe entre la remuneración y el trabajo bien hecho y conforme a las habilidades del ejecutante.
7. **Niveles de ambición de la empresa:** Esta dimensión se apoya en los aspectos motivacionales que desarrolla la organización en sus empleados.
8. **Estatus:** Se refiere a las diferencias jerárquicas (superiores/subordinados) y a la importancia que la organización le da a estas diferencias.
9. **Flexibilidad e innovación:** Esta dimensión cubre la voluntad de una organización de experimentar cosas nuevas y de cambiar la forma de hacerlas.
10. **Centralización:** Esta dimensión analiza de qué manera delega la empresa el proceso de toma de decisiones entre los niveles jerárquicos.
11. **Apoyo:** Este aspecto se basa en el tipo de apoyo que da la alta dirección a los empleados frente a los problemas relacionados o no con el trabajo.

Las dimensiones mencionadas anteriormente son útiles para crear encuestas que permitan conocer el clima laboral de una institución. Serán utilizados estos dos tipos de dimensiones porque se complementan; por ejemplo: la una permite conocer la remuneración que todos los empleados deben tener; mientras que, la otra permite conocer cómo se les motiva a los empleados, ya sea económicamente o de otras formas, para que se sientan bien en la organización y sean más productivos. A la vez las dos permiten saber cómo son tomadas las decisiones dentro de la organización. Estos son solo dos ejemplos que muestran cómo estas dimensiones son las más adecuadas para la investigación.

1.8 Conceptos relacionados con el clima laboral

1.8.1 Satisfacción laboral

La satisfacción laboral depende de lo que las personas sienten y piensan con respecto a su trabajo. Desde esta perspectiva, se conceptualiza como “un estado interno que es expresado, por la evaluación afectiva y/o cognitiva de las experiencias de trabajo, de manera favorable o desfavorable” (Hulin & Judge, 2003) como se citó en (Cuadra & Veloso , 2007, pág. 1).

Es necesario recordar que el trabajo de una persona es mucho más que las actividades obvias de realizar documentos, esperar clientes o manejar un vehículo, requiere también tener trato con los compañeros y los jefes, obedecer las reglas y costumbres de la organización, cumplir con los criterios de desempeño, etc.

Un jefe puede darse cuenta que un trabajador se siente satisfecho con su trabajo cuando este cumple con sus obligaciones, llega a tiempo, es cordial con sus compañeros, comparte con los miembros de la empresa, disfruta de lo que hace. Para que un empleado tenga las características mencionadas anteriormente es responsabilidad de la empresa. La organización debe velar por el bien de sus empleados, deben pagarles a tiempo, motivarles con diferentes beneficios, buscar resolver juntos los problemas que se presenten, demostrar que la empresa busca siempre un bien común, para que sus empleados sientan satisfacción en el trabajo.

1.8.2 Cultura empresarial

La cultura de la empresa es el conjunto de formas de actuar, de sentir y de pensar que se comparten entre los miembros de la organización y son los que identifican a la empresa ante los clientes, proveedores y todos los que conocen de su existencia. Sus normas, sus valores, sus hábitos. Es, en definitiva, lo que es la empresa. (Soto B. , s.f, pág. 1)

Toda empresa tiene su propia cultura que la diferencia de las otras, es el rasgo diferenciador con respecto a la competencia. Aunque las empresas sean del mismo sector, tienen distintas formas de pensar y actuar así como de sentir, no tienen las mismas estrategias ni los mismos objetivos, ya que no tienen la misma cultura empresarial

La cultura empresarial tiene tres elementos básicos: misión, la visión y los valores. La misión es la razón de ser de una organización, es decir ¿Qué cosa hace?. La visión es lo que la empresa quiere ser a largo plazo, siempre debe ser realista pero puede ser ambiciosa.

Le da dirección al grupo para continuar con el trabajo. Los valores “son todo aquello a lo que se aspira considerarse deseable”. (Pacheco, 2017) Los valores son una guía para tomar decisiones y ejecutar acciones ante algún problema que tenga la organización.

1.8.3 Compromiso en el trabajo

El compromiso es una decisión personal de cada empleado. Va más allá de cumplir la obligación laboral, de modo que se puede ser un buen empleado sin estar muy comprometido. El compromiso nace del interior y aporta un extra que conduce a la excelencia, pues implica poner en juego todas las capacidades y hacer más de lo esperado. Las personas comprometidas son generosas, ayudan a los demás y contribuyen a crear un clima positivo. Promueven el compromiso de otros (Rebecca, 2014).

El compromiso dentro de una organización se repite regularmente. Se trata de una curva que varía en determinados momentos de la vida laboral. Depende a veces de la trayectoria de cada persona en la empresa. Al comienzo los niveles de compromiso suelen ser mayores y van decayendo con el tiempo. Por eso para la empresa debe mantenerse vigilante, medir todo el tiempo y actuar antes de que sea demasiado tarde (Rebecca, 2014).

CAPÍTULO II

LA UNIDAD EDUCATIVA JULIO VERNE

La información de este capítulo es obtenida de la entrevista realizada a Lourdes Mucarsel, presidenta de la Junta de Promotores y Ejecutivos. (Mucarsel, 2017)

2.1. Historia de la institución

En 1989 la licenciada Lourdes Mucarsel crea el Taller Infantil Chiquitines, en la calle Shyris y Portugal, con ocho niños de 2 y 3 años en dos niveles de guardería y con niños de 4 años en pre-kinder. Al observar que los niños y los padres querían seguir en la institución, la licenciada Lourdes decidió crear el Kinder y progresivamente aumentar nivel por nivel hasta crear la Unidad Educativa Julio Verne. La institución se mudó en el 2001 a la calle Nopales y de los Helechos y ahora cuenta con taller infantil, primaria, secundaria y bachillerato, en un mismo lugar.

2.2. Situación actual

Han pasado 10 años desde que graduaron a la primera promoción de estudiantes. El 2017 fue muy grato para la institución, pues se encontró en la lista de las 10 instituciones educativas con mejores calificaciones en la evaluación del Ineval “Ser Bachiller” para tercero de bachillerato (Puente, 2016).

El Ineval es el Instituto Nacional de Evaluación Educativa el cual promueve una educación de excelencia a través de la evaluación integral del Sistema Nacional de Educación. La institución es autónoma y colabora con el Mineduc, Ministerio de Educación, en varios procesos. Es así que el Mineduc en conformidad con lo prescrito en el Acuerdo Ministerial 0382-13 de 21 de octubre de 2013 establece que los estudiantes de tercer año de bachillerato deben rendir un examen obligatorio y estandarizado que complemente en un 10% la nota del grado de bachiller. Para tal efecto, Ineval ha diseñado la prueba Ser Bachiller.

Esta prueba Ser Bachiller reemplaza a los exámenes de grado y evalúa cuatro campos: Matemática, Lengua, Literatura, Ciencias Naturales y Estudios Sociales. Éstos fueron determinados en los Estándares de calidad educativa del Ministerio de Educación.

Como parte del proceso de colaboración, Ineval se encarga de la elaboración, aplicación y calificación del instrumento y el Ministerio de Educación de la publicación de los resultados (Ineval, 2012).

El colegio también se encuentra solicitando la aprobación para el Bachillerato Internacional (IB) que es una fundación sin fines de lucro, su objetivo principal es mejorar la educación mundial. Se creó 1968 en Ginebra y ofrece cuatro programas de gran prestigio internacional, para alumnos de 6 a 19 años.

La Unidad Educativa Julio Verne desde el 1 de septiembre del 2016 logró pertenecer a la categoría de “colegio solicitante” para ofrecer el Programa del Diploma a estudiantes de segundo y tercero año de bachillerato. Después de dos años de gran esfuerzo y compromiso de los empleados, de las adecuaciones necesarias en infraestructura el 9 de mayo del 2018 la institución fue acreditada para ser parte del Bachillerato Internacional.

Pertenecer a la red de Colegio del Mundo IB tiene varias ventajas. El colegio puede acceder a: (Baccalaureate, s.f)

- Programas educativos de gran calidad que apoyan la formación de alumnos informados y ávidos de conocimiento
- Actividades de desarrollo profesional que permiten contar con educadores idóneos y comunidades profesionales de aprendizaje colaborativas
- Una red mundial de Colegios del Mundo del IB que gozan de gran prestigio y trabajan conjuntamente para compartir sus mejores prácticas.

El bachillerato internacional busca que los jóvenes sean críticos, investigativos, llenos de conocimientos, conocedores de su cultura, solidarios, innovadores, proactivos todo con el fin de que sepan desenvolverse en el medio que los rodea. Además, los estudiantes tiene altos niveles de exigencia académica e incluye exámenes finales que constituyen una excelente preparación para el ingreso a las Universidades Nacionales e Internacionales y otorga un certificado avalado internacionalmente por la Organización de Bachillerato

Internacional, institución reconocida a nivel mundial por su calidad educativa integral ya que es reconocida por Universidades en todo el mundo.

El IB no solo ayuda a los estudiantes sino también a los profesores. Se les da cursos de diferentes temas pero relacionados con la educación, se les ayuda en la planificación y la optimización de los programas, en el servicios de supervisión, asesoramiento, consulta o aprendizaje en línea autogestionado.

La institución ha ido aumentando progresivamente en estudiantes y este momento cuenta con más de 500 estudiantes. La principal característica de la unidad educativa y la que le diferencia de muchas es brindar una educación bilingüe de calidad a los estudiantes. Desde el nivel inicial a los niños se les da un 50% de clases en inglés y el otro 50% en español. La escuela además se caracteriza por estar siempre pendiente de las necesidades de los profesores y estudiantes. Por ejemplo, se realizan jornadas de vacunación contra la influenza, exámenes médicos a estudiantes y profesores, se ofrece cursos vacacionales para estudiantes externos e internos de la institución, se realizan actividades como Bebé “Piénsalo bien” para buscar que los jóvenes comprendan la responsabilidad que es tener un hijo, cabe recalcar que los bebés son electrónicos para crear mayor realidad. Las acciones mencionadas y otras mejoras que el colegio ha realizado permitieron que en la actualidad sea una prestigiosa institución.

2.3. Infraestructura

En la actualidad es necesario que los estudiantes tengan una educación integral; por esta razón, la infraestructura tiene que ser apta para el desarrollo de actividades escolares y extracurriculares. Además, debe cumplir con las especificaciones técnicas que requiere una institución educativa para el bienestar, comodidad y seguridad de la comunidad educativa.

La Unidad Educativa Julio Verne se encuentra en un terreno de 10500 metros cuadrados y está dividida en diferentes secciones: Preescolar, Primaria, Básica y Bachillerato.

La institución al irse construyendo progresivamente se fue creando por etapas, primero se empezó con el preescolar, el cual cuenta con un aula para maternal, dos aulas para inicial 1 y dos aulas para inicial 2. Dentro del área de preescolar se encuentra un aula

de rincones, tienen juegos y baños adecuados para su edad. La sección preescolar se encuentra separada por puertas con llave, a esta sección no puede entrar ningún estudiante que no pertenezca al taller infantil.

Para las otras secciones, primaria, básica y secundaria, la institución cuenta con tres edificios. Cada grado tiene dos paralelos, cada paralelo cuenta con las dimensiones correctas para que los estudiantes se desarrollen, tienen luz necesaria, pantallas interactivas, proyectores, computadoras, que ayudan en la parte académica. Además, tienen lockers, estanterías, pupitres, mesas y sillas. Es importante recalcar que cada aula tiene cámaras de seguridad para velar por la seguridad del estudiante.

Adicionalmente el colegio cuenta con áreas deportivas. Tienen una piscina de 25 metros de largo, temperada y cubierta, donde los estudiantes asisten a natación al menos una vez por semana y en las tardes pueden elegir natación como extracurricular. También tienen una cancha de césped sintético para fútbol, una cancha de volleyball y dos canchas de baloncesto; cada una cuenta con las medidas reglamentarias de acuerdo al deporte. Parte de la infraestructura también se encuentra el coliseo con capacidad para 600 personas, en donde se desarrollan actividades deportivas y artísticas.

Hace dos meses adquirieron los terrenos aledaños al colegio en donde se encuentran creando un invernadero con los niños, para que los mismos tengan un acercamiento directo con la naturaleza, con la finalidad de fomentar el espíritu ecológico y el cuidado por el medio ambiente. En los próximos meses se espera poner cría de animales, para que los niños vean el proceso de vida y aprendan a cuidarlos y respetarlos.

En una institución educativa no puede faltar una biblioteca, sala de computación y laboratorios. La biblioteca del colegio cuenta con más de 6.500 libros, tanto en inglés como en español de diferentes temáticas, dentro de la biblioteca también existen computadoras de las cuales pueden hacer uso los estudiantes y profesores. Existen laboratorios para las siguientes materias: matemáticas, física, biología y química, los cuales se encuentra bien equipados. También cuentan con una sala de computación donde se les enseña el manejo de la computadora y programa, a la vez se trabajan proyectos de todas las materias.

Para seguridad de los niños no puede faltar una enfermería, donde se encuentra una paramédica todo el tiempo. Dentro de la infraestructura esta también considerado todas las oficinas, coordinaciones, salas de profesores, rectorado, vicerrectorado, lugar administrativo, recepción de padres.

Fotografía 1: *Edificios de la Unidad Educativa Julio Verne*



Fotografía 2: *Taller Infantil Chiquitines*



Fotografía 3: *Canchas*



Fotografía 4: *Coliseo*



Fotografía 5: *Piscina*



2.4. Filosofía corporativa de la Unidad Educativa Julio Verne

2.4.1. Misión

“Somos una Institución Educativa sólidamente constituida y organizada que se dedica a formar niños y jóvenes con una educación integral y bilingüe, capaces de asumir retos en una sociedad globalizada y cambiante, con creatividad y liderazgo, fomentando el pensamiento crítico, reflexivo, investigativo, ecológico y social, con talento humano sensible y tecnología de punta que les permita enfrentar los desafíos del futuro.” (Mucarsel, 2017)

La misión es la razón de ser de la organización y deber tener los siguientes elementos: cliente, producto o servicio, mercado, tecnología, objetivo, concepto de sí misma, interés por la imagen pública, interés por los empleados y filosofía.

La misión de la unidad educativa le faltan varios elementos de los mencionados anteriormente; sin embargo, conocemos sus clientes los niños y jóvenes, sabemos que la palabra clientes no es la adecuada para usar en una institución educativa, por lo que la institución Julio Verne utiliza la palabra formar antes de referirse a los mismos. Su servicio es ofrecer educación, lo cual dentro de la misión lo redactan muy claramente, mostrando su interés en que los estudiantes se desarrollen en el medio que los rodea con lo aprendido en la institución. Con respecto a los otros elementos no existen. Se recomienda una reestructuración de misión, tomando en cuenta los elementos ausentes. Además, es necesario que la misión no sea una sola oración larga, se debería utilizar más signos de puntuación, para que esta sea comprendida con mayor facilidad.

2.4.2. Visión

“Ser reconocida como una de las mejores instituciones educativas bilingües del país, por sus propuestas educativas innovadoras, excelencia académica, deportiva y humanista en un ambiente seguro y de paz, que les permita un desenvolvimiento integral de óptima calidad y calidez, pensando siempre en la construcción de una mejor sociedad, con respeto hacia sí mismos y los demás.” (Mucarsel, 2017)

La visión es una declaración de la organización sobre hacia donde se dirige una empresa. La visión tienen los siguientes elementos: negocio, posición y alcance. Dentro de la visión de la unidad educativa se puede ver la posición, quieren ser la mejor institución

bilingüe, es adecuado que resalten lo bilingüe de la institución, porque esta es una de las principales características del colegio. A la vez, tenemos el segundo elemento el alcance, la unidad educativa quiere ser reconocida en todo el país, lo cual es complicado porque no tienen más sucursales en el país. Sin embargo, se podría promocionar más la institución para que empiece a ser conocida a nivel nacional. Además, se comunica lo que quieren hacer dentro del negocio “propuestas educativas innovadoras, excelencia académica, deportiva y humanista en un ambiente seguro y de paz, que les permita un desenvolvimiento integral de óptima calidad y calidez, pensando siempre en la construcción de una mejor sociedad, con respeto hacia sí mismos y los demás” esto nos muestra en compromiso que tienen con los alumnos.

2.4.3. Valores

La Unidad Educativa Julio Verne no tiene valores establecidos. Se recomienda que hagan una lista de valores para que la institución sepa cómo actuar. Los valores son todo aquello que se aspira por considerarse deseable, son ideas o conceptos a partir de los cuales juzgamos y actuamos. Los directivos son quienes tienen que escogerlos y definirlos, pero siempre aceptando opiniones de los empleados.

2.5. Organigrama estructural

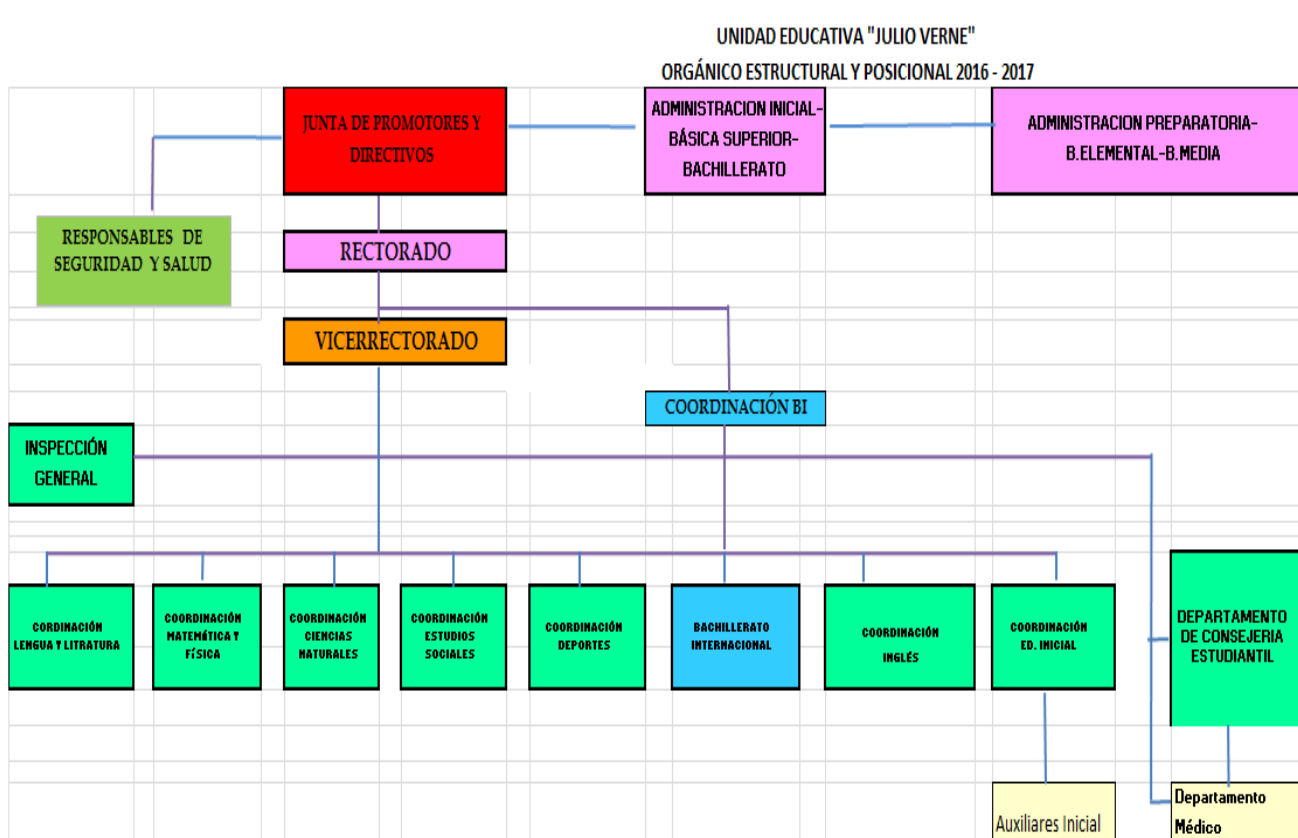
Un organigrama es la representación gráfica de la estructura de una empresa, el cual cumple un papel informativo para los miembros internos y externos de una organización.

El organigrama de la unidad educativa Julio Verne es general y vertical. Nos muestra cuáles son los cargos que existen dentro de la institución; sin embargo, no muestra claramente la jerarquía de algunos cargos. Por ejemplo, la junta de promotores debería ir al principio y sin ninguna conexión a los lados porque son los dueños del colegio y son los que toman las últimas decisiones. Es necesario realizar un cambio en el organigrama, para comprender mejor la jerarquía. Se recomienda que no se lo realice en programas como Excel o Word porque el espacio no permite desarrollarlos bien. Se debe buscar plataformas como Smartdraw o Lucidchart que son especializadas para crear organigramas.

El organigrama original de la institución contienen los nombres de los trabajadores debajo de cada cargo, por lo cual se ha reestructurado y se ha quitado ese elemento, pues los

empleados pueden abandonar la institución o cambiar de cargo. Por esta razón, en el siguiente gráfico se mostrará los cambios realizados al organigrama de la organización.

Figura 1: Organigrama Unidad Educativa Julio Verne (2017)



Referencia: (Mucarsel, 2017)

2.6. Servicios

Departamento psicológico: “Con dos profesionales que realizan el seguimiento psicopedagógico permanente de todo el estudiantado” (Mucarsel, 2017). El psicólogo es una figura clave en el desarrollo funcional y equilibrado de un centro educativo en todos los niveles: educación infantil, primaria, secundaria y bachillerato. Su función prioritaria es atender y fomentar el desarrollo psicológico en todos sus componentes -psicomotriz, intelectual, social, afectivo-emocional y en los 3 grupos del colegio alumnos, padres y profesores.

Departamento médico: Consta de un paramédico que realiza medicina ambulatoria y primeros auxilios de ser necesario. (Mucarsel, 2017) El médico atiende a todos los miembros

de la comunidad estudiantil. También se encarga de solicitar las brigadas de vacunación para la institución.

Servicio de transporte escolar: El servicio de transporte en la sección preescolar y primaria es de puerta a puerta, a excepción de los conjuntos habitacionales donde se les recoge en la puerta del conjunto. En la sección secundaria el servicio es por rutas, se tratará en lo posible de establecer dichas rutas lo más cercanas a su domicilio. Cada unidad tiene un ayudante, la misma que cuidará el orden y disciplina de los estudiantes durante el recorrido. (Mucarsel, 2017)

Extracurriculares: La pedagogía se compendia con habilidades deportivas y artísticas; por tal razón durante toda la semana la institución pone a disposición extracurriculares en horario extracurricular de 14H:50 a 15H:50, sin costo. (Mucarsel, 2017) No es parte de un extracurricular pero se ofrece el servicio de catecismo los días sábados, no es obligatorio.

Biblioteca: Cuenta con material bibliográfico y tecnológico para el desarrollo de las áreas académicas. (Mucarsel, 2017) Los estudiantes se pueden llevar los libros si los necesitan, siempre y cuando presenten su carnet. No hay un plazo para devolución del libro, solo se solicita que antes de que se termine el año los regresen.

Bar: Existe servicio de bar con excelentes parámetros de calidad. La comida es saludable, no se venden colas ni snacks ni nada con colorantes. También los padres pueden solicitar al bar que den la colación a sus hijos por toda la semana y si los niños se quedan en extracurriculares pueden pagar el almuerzo.

Seguridad: Cuenta con seguridad privada que califica el ingreso de personas a la institución. (Mucarsel, 2017) Se encargan de controlar el ingreso a la Unidad Educativa y de cuidar los carros del parqueadero de la institución.

2.7. Públicos

La unidad educativa Julio Verne tiene un total de 80 trabajadores en diferentes cargos. Se divide en público interno y externo. En el público interno se encuentra el Consejo Ejecutivo, directores, administrativos, profesores, personas de apoyo.

2.7.1. Publico interno

Los públicos internos dentro de la institución educativa que vamos a estudiar son los dueños del colegio, los directivos, profesores y personal de apoyo.

Directivos

Son los encargados de supervisar al personal y toman decisiones que impactan en el éxito general de la unidad educativa. Velan por la seguridad de cada uno de sus miembros y son la conexión principal con la comunidad.

Administrativos

Son los encargados de administrar las actividades necesarias para alcanzar las metas organizacionales. Se encargan de controlar la asistencia de los empleados, pagar los salarios, llevan convenios distritales, controlan la parte jurídica y financiera, entre otras actividades.

Profesores

Son los miembros más importantes de la unidad educativa, porque son ellos quienes imparten su conocimiento a los estudiantes. Son el contacto directo con los mismos.

Personal de apoyo

El personal de apoyo son los auxiliares de los profesores, personal de limpieza y de seguridad.

2.8. Manejo de la comunicación.

Al usar las siguientes metodologías: encuesta, observación y entrevista podemos notar que la Unidad Educativa Julio Verne no tiene un buen manejo de la comunicación interna. Primero no existe una persona con el conocimiento profesional para manejar la comunicación, las personas que se encargan de comunicar al personal o a los estudiantes son las secretarías y directivos de la institución. Al no existir solo una persona a cargo, suele existir problemas como la falta de acuerdo sobre el mensaje que se va a transmitir, no hay acuerdo con el canal por el cual van a transmitir, se olvidan de transmitir o en ciertos casos transmiten el mensaje excesivamente, es decir cada persona encargada de dar el mensaje avisa al mismo profesor, llegando a molestarlo. Lo cual puede generar un mal ambiente laboral por la falta de seriedad en el manejo de la información. También, al hablar con una de las profesoras comenta que hay bastantes rumores entre los empleados, esto puede deberse a que los directivos no se comunican con los empleados para aclarar las situaciones que ocurren.

A lo que respecta a cultura organizacional, específicamente a misión y visión sabemos que si se reunió a un grupo de profesores para crearlas, se la comunicó en una reunión, se colocó en un roll up en una entrada, pero no volvió a ser socializada; por lo tanto, no hay conocimiento de la misma. Lo cual muestra que no hay un apego a la institución porque no les interesa conocer lo que la empresa quiere lograr en un presente y futuro. Sobre el tema de compañerismo la Unidad Educativa está muy bien, pues los trabajadores de la misma área se llevan bastante bien; sin embargo, sería importante mejorar el compañerismo y comunicación entre las otras áreas.

Referente a los canales de comunicación, utilizan circulares para comunicar a los profesores y estudiantes, voz a voz, y envían información al correo personal de cada empleado. El correo no es de doble vía porque nunca hay respuesta a los mismos. Recientemente se creó un grupo de Whatsapp el cual muestra que la rectora es la persona que más transmite información, pero rara vez recibe respuesta.

CAPÍTULO III

DIAGNÓSTICO COMUNICACIÓN INTERNA, ANÁLISIS Y ESTRATEGIAS

3.1. Introducción

Un diagnóstico comunicacional nos permite conocer la situación actual de la institución educativa. Se recopilará datos a través de encuestas, entrevistas y observación. Además se realizó un cruce de información con el FODA que la Unidad Educativa realizó.

Al analizar los datos se podrá realizar estrategias, las cuales permitirán resolver la mayoría de los problemas de comunicación interna y por consiguiente del clima laboral.

3.1.1. Objetivos

3.1.1.1. Objetivo general

Diagnosticar la comunicación interna y clima laboral de la Unidad Educativa Julio Verne.

3.1.1.2. Objetivos específicos

1. Conocer el clima laboral de la Unidad Educativa Julio Verne.
2. Conocer la cultura y filosofía organizacional de la Unidad Educativa Julio Verne.
3. Conocer los canales y flujos de comunicación.
4. Conocer cómo es la comunicación para plantear estrategias.
5. Determinar las características demográficas de los colaboradores.

3.2. Metodología

3.2.1. Encuesta

Es un instrumento de investigación, la cual consta de un conjunto de preguntas prediseñadas para obtener información, en este caso, sobre el clima laboral, la comunicación interna y la cultura corporativa. Las encuestas por lo general son anónimas para que no interfieran con la objetividad de la misma.

3.2.2. Entrevista

Es otro instrumento de investigación que permite entablar una conversación interpersonal entre el investigador y el entrevistado. Hay diferentes tipos de entrevistas, en este caso, se realiza una entrevista estructurada; la cual ya tiene preguntas programadas. La entrevista se realizó a los directivos de la institución.

3.2.1. Observación

Esta técnica permite conseguir información sobre una persona o un hecho por medio de la observación. Dentro de la institución se observó el actuar diario de los empleados y también se observó los canales de comunicación.

3.3 Diseño del plan de muestreo

3.3.1 Definición de la población

La población será todo el universo de la Unidad Educativa Julio Verne. La población total es de 67 empleados.

3.3.2 Identificación del marco muestral

Al ser la población menor a 100 se realizará un censo a toda la institución.

3.4 Presentación y análisis de resultados

Clima laboral

Pregunta 1. Me siento estimada(o) y he recibido reconocimientos por parte de mi jefe inmediato.

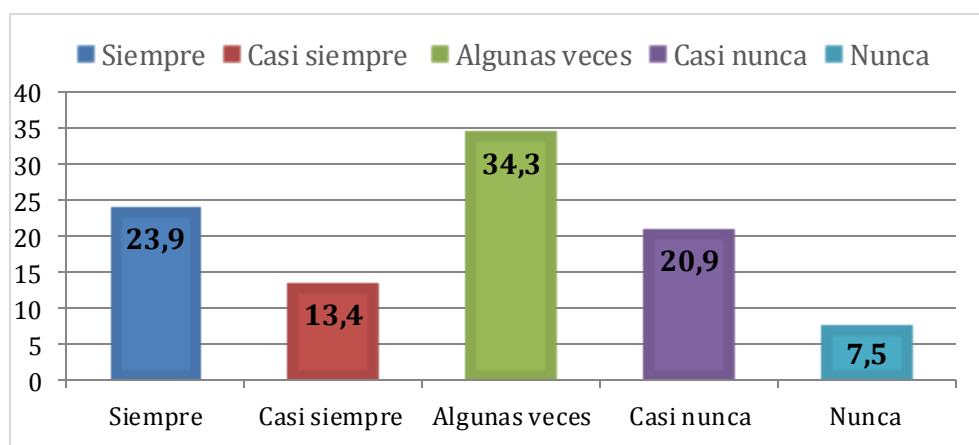


Figura 2: Reconocimiento

Según el cuarto nivel en la pirámide de Maslow el ser humano busca satisfacer su necesidad de estima y reconocimiento. En el caso de la Unidad Educativa Julio Verne podemos evidenciar que los porcentajes entre las opciones no son tan diferentes; sin embargo, el mayor porcentaje es el 34% donde la mayoría de los empleados seleccionan que algunas veces se sienten estimados, esto debería cambiar, pues un empleado que se siente estimado constantemente por los directivos de la empresa, trabajaran con mayor energía y esfuerzo.

¿Qué tipo de reconocimientos? (Puede seleccionar más de dos)

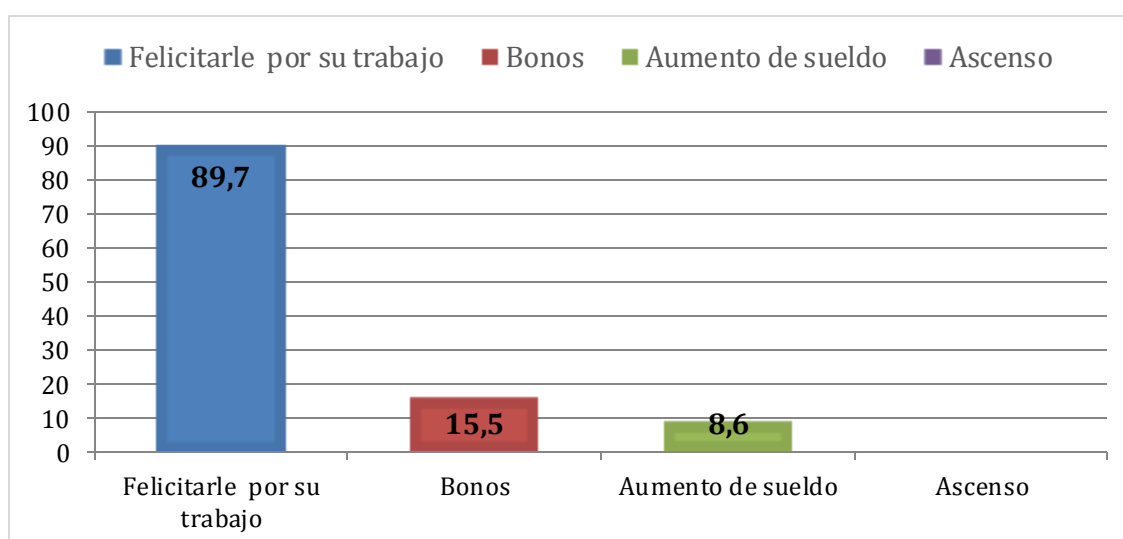


Figura 3: Tipos de reconocimientos

El tipo de reconocimiento que han recibido mayormente los empleados de la Unidad Educativa Julio Verne son felicitaciones por su trabajo. Es adecuado que los empleados sean felicitados, pues esto hace que los mismos sientan que su labor es tomada en cuenta. Sin embargo, sería necesario que se den más aumentos de sueldo o simplemente pequeños bonos; para lograr retención de los empleados y sobre todo aumentar la motivación, la cual genera mayor productividad en el trabajo.

Pregunta 2. Me siento libre de expresar mi opinión a mi jefe inmediato.

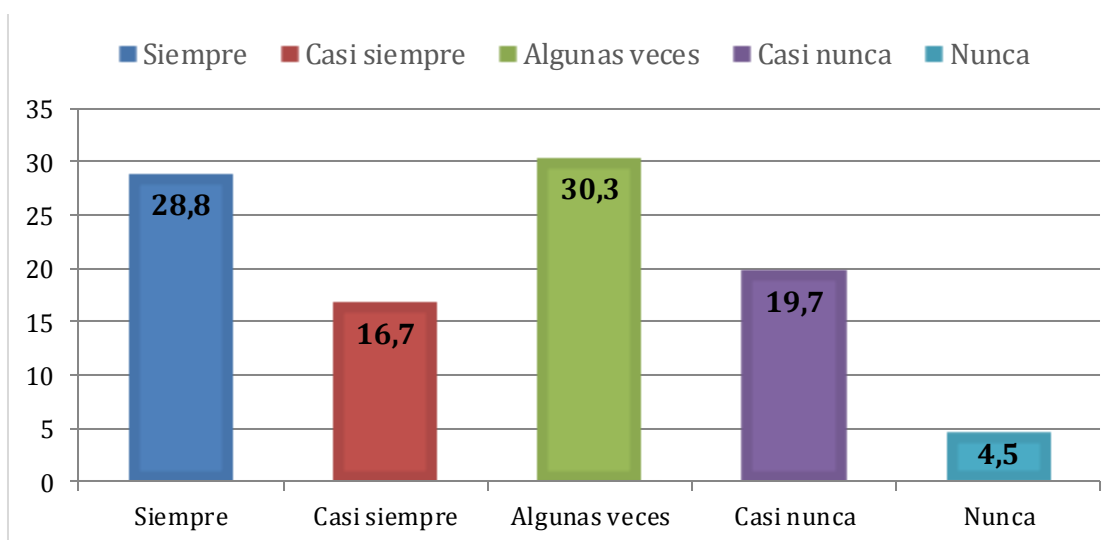


Figura 4: Expresar opinión

Es evidente que estos porcentajes iban a ser variados, pues la encuesta se realizó a todos los empleados y cada área tiene un jefe inmediato diferente. Es de suma importancia que todos los jefes muestren apertura hacia las opiniones de los subordinados, pues para que se tomen mejores decisiones es importante conocer todos los puntos de vista. Además cada vez que un jefe pide opiniones hace que el empleado se sienta parte de la unidad educativa y esto genere mayor motivación porque se siente escuchado.

Pregunta 3. Cuando se toma decisiones dentro de la Unidad Educativa me siento informada(o) de las mismas.

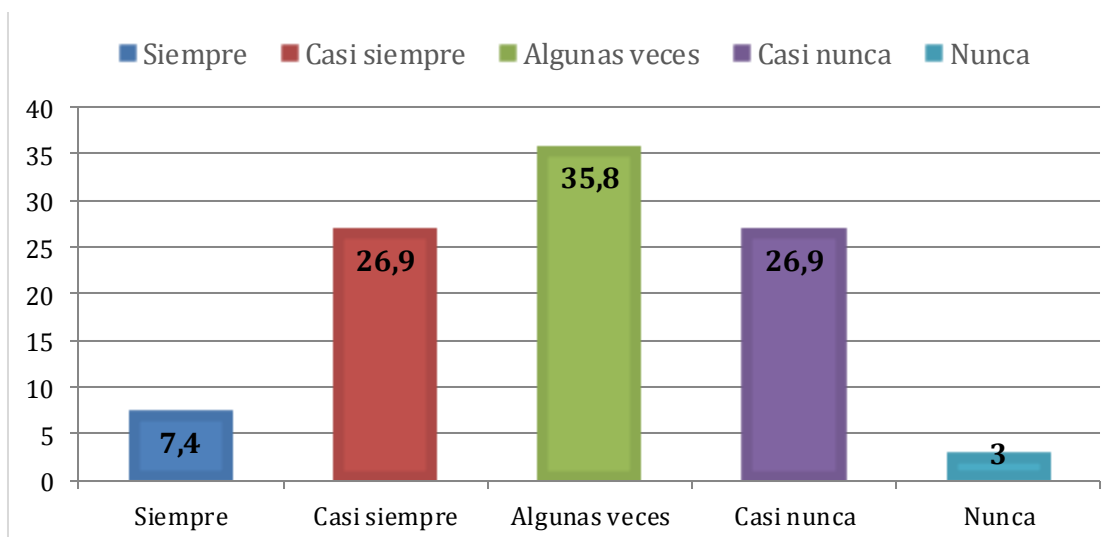


Figura 5: Información

El 36% de los empleados algunas veces se sienten informados de las decisiones que toma el colegio. Un 24% casi nunca y otro 24% casi siempre. Es importante que la Unidad Educativa siempre informe sobre las decisiones que se toman para que los empleados se sientan parte de la misma.

Pregunta 4. ¿Considera usted que, para la toma de decisiones en la Unidad Educativa Julio Verne, sus puntos de vista son tomados en cuenta?

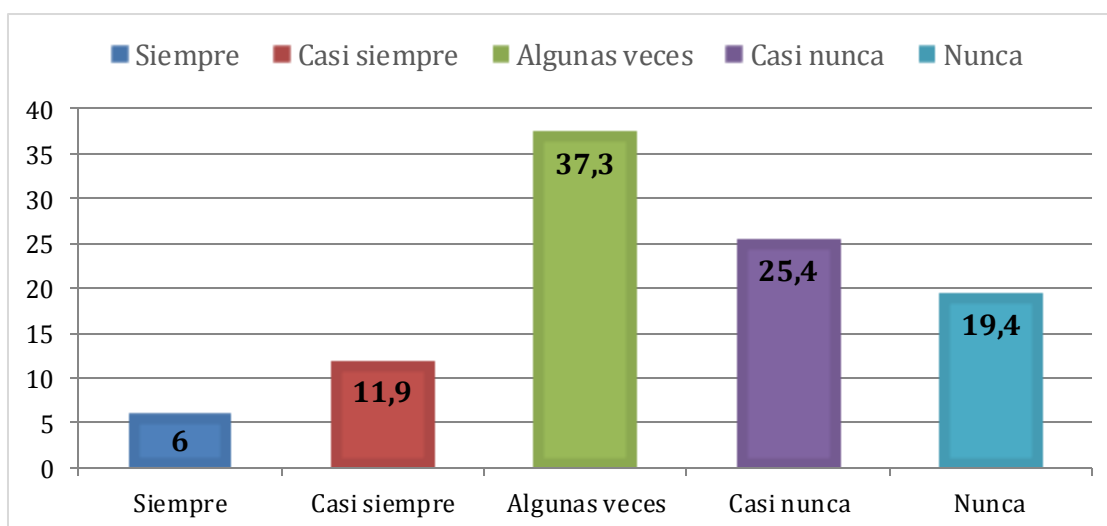


Figura 6: Puntos de vista

El 37% de los encuestados algunas veces sienten que su punto de vista es tomado en cuenta. Un 26% casi nunca y el 19% nunca. Es importante que la Unidad Educativa Julio Verne solicite el punto de vista de sus empleados, porque así puede aprovechar el conocimiento y la experiencia de los mismos.

Pregunta 5. Siente usted que tiene autonomía en su trabajo.

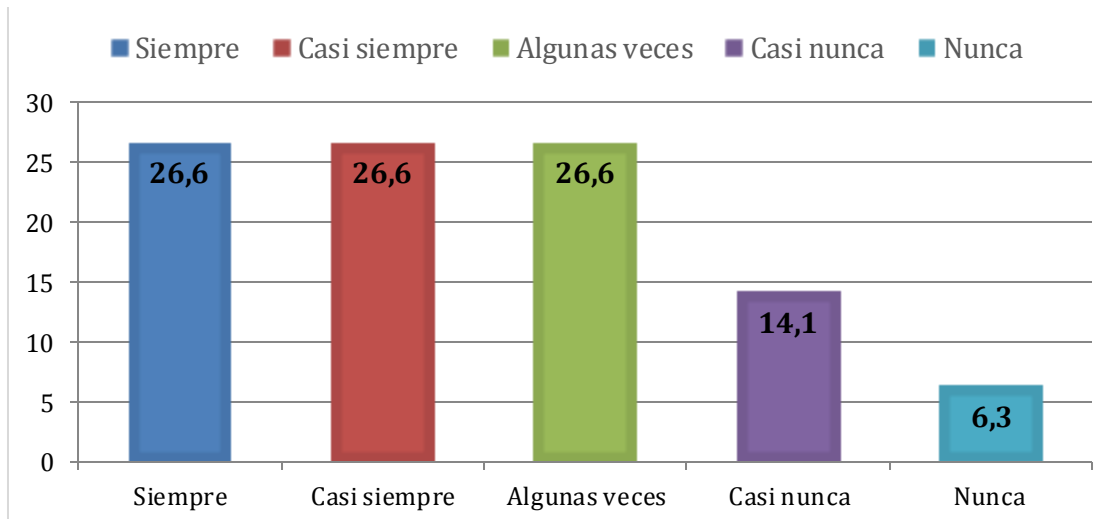


Figura 7: Autonomía en el trabajo

En el siguiente gráfico podemos evidenciar que los empleados en general tienen autonomía dentro de su trabajo. La Unidad Educativa Julio Verne al dejar que sus empleados tengan autonomía permite que los mismos asuman con mayor responsabilidad sus actividades. Además, la autonomía permite mayor productividad.

Pregunta 6. Cuento con la colaboración de las personas de otras áreas.

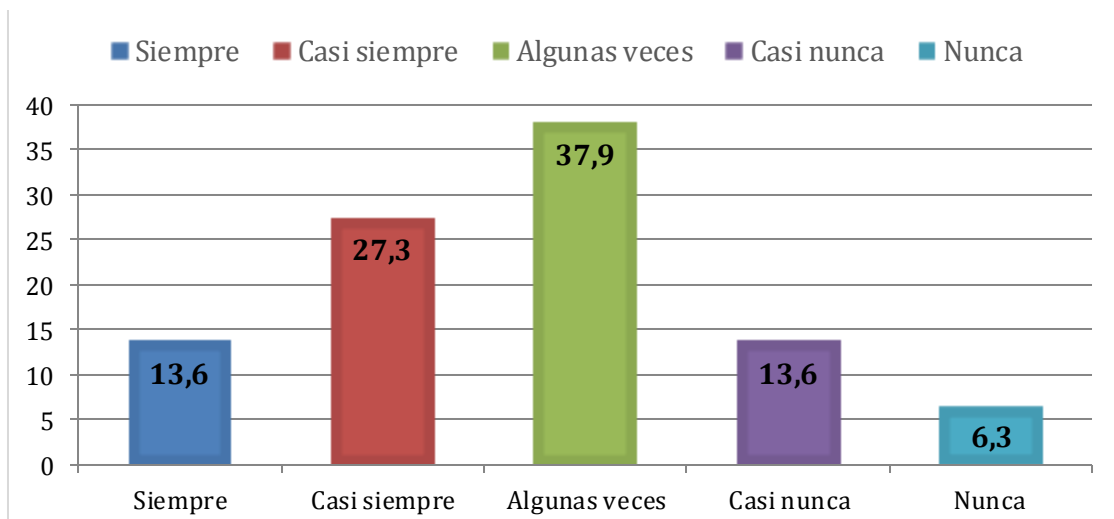


Figura 8: Colaboración con las personas de otras áreas

El 38% de los empleados han seleccionado que algunas veces son ayudados por sus compañeros de otras áreas. Al no estar siempre en contacto es difícil que un compañero de otra área este siempre disponible a colaborar. Sin embargo, hay un porcentaje que indica que casi siempre reciben ayuda de compañeros de otras áreas, lo cual muestra que si existe compañerismo dentro de la institución.

Pregunta 7. Cuento con la colaboración de mis compañeros de área

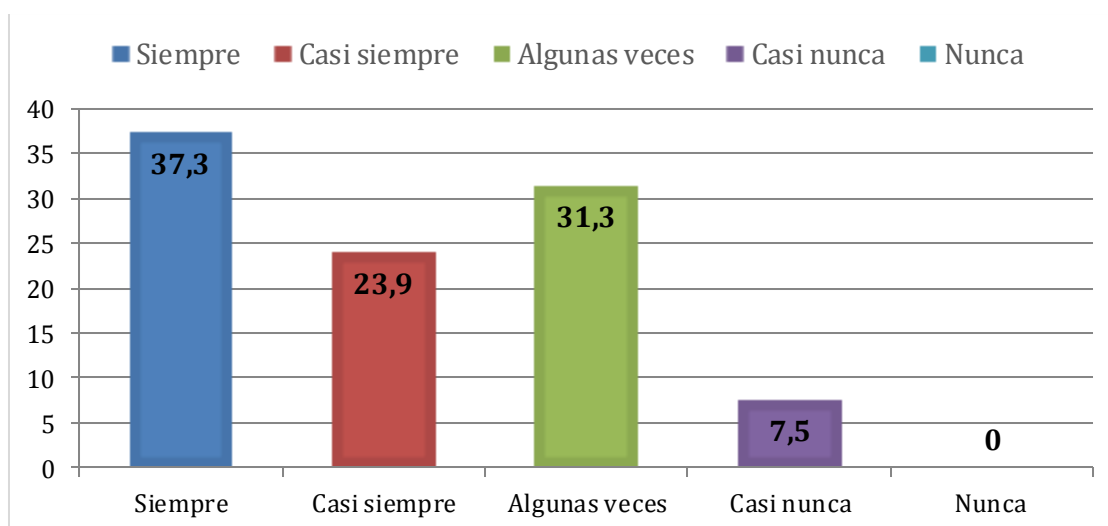


Figura 9: Colaboración con las personas de la misma áreas

El 37% de los empleados han seleccionado que siempre tienen la colaboración de sus compañeros, esto debería ser muy satisfactorio para la institución porque está comprobado que los empleados que tienen buena relación con sus compañeros y se sienten felices en el lugar que trabajan, van a sentirse motivados de realizar bien sus actividades laborales y buscarán siempre un bien común.

Pregunta 8. Si tengo algún conflicto en la institución siento que puedo pedir ayuda a mi jefe.

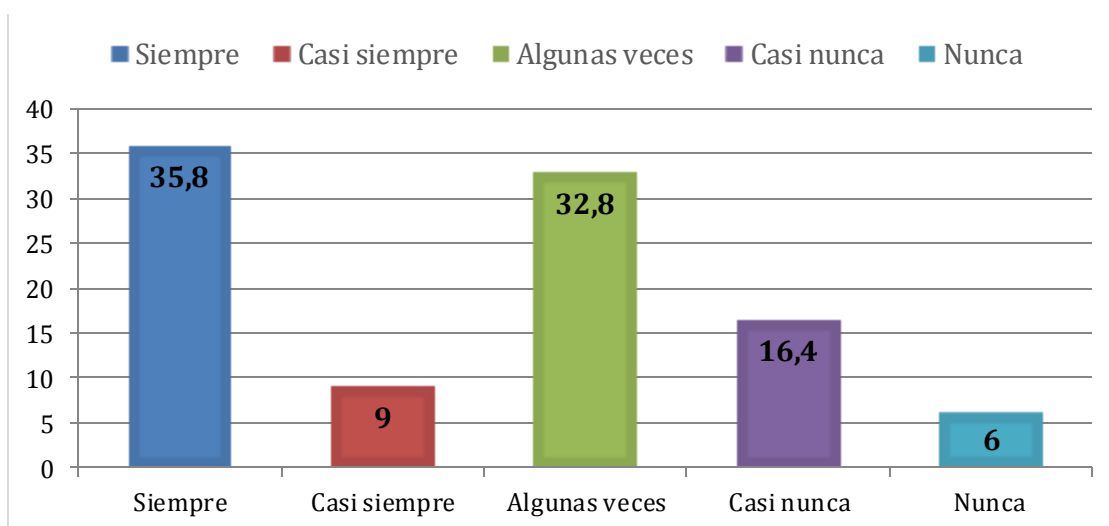


Figura 10: Solicitar ayuda al jefe inmediato

El 36% de los empleados siempre pueden pedir ayuda a su jefe, el 33% algunas veces; estos porcentajes muestra que los empleados si pueden confiar en sus jefes para resolver algún problema. Según las preguntas realizadas a una profesora, nos comentó que los jefes están siempre abiertos a cualquier reclamo o solicitud.

Pregunta 9. Cuando ingresé en la Unidad Educativa Julio Verne me sentí bienvenido(a).

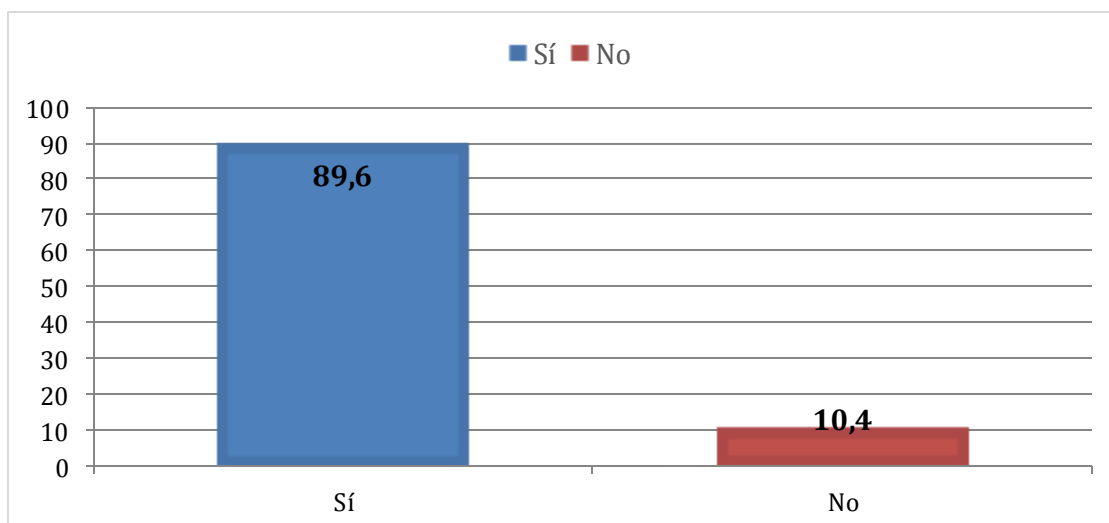


Figura 11: Sentirse bienvenido

El siguiente gráfico se puede evidenciar que el 90% de los empleados que han ingresado a trabajar en la Unidad Educativa Julio Verne se han sentido bienvenidos. Que un empleado se sienta bienvenido quiere decir que los compañeros han sido amables, le ha comunicado correctamente cuáles son sus funciones, se le ha hecho conocer las instalaciones. Es importante que el personal nuevo se sienta bienvenido, para que trabaje bien y sienta que es un lugar en el que va a poder desarrollar correctamente.

Pregunta 10. ¿Cómo calificaría usted el ambiente laboral en el nivel al que pertenece en la Unidad Educativa Julio Verne?

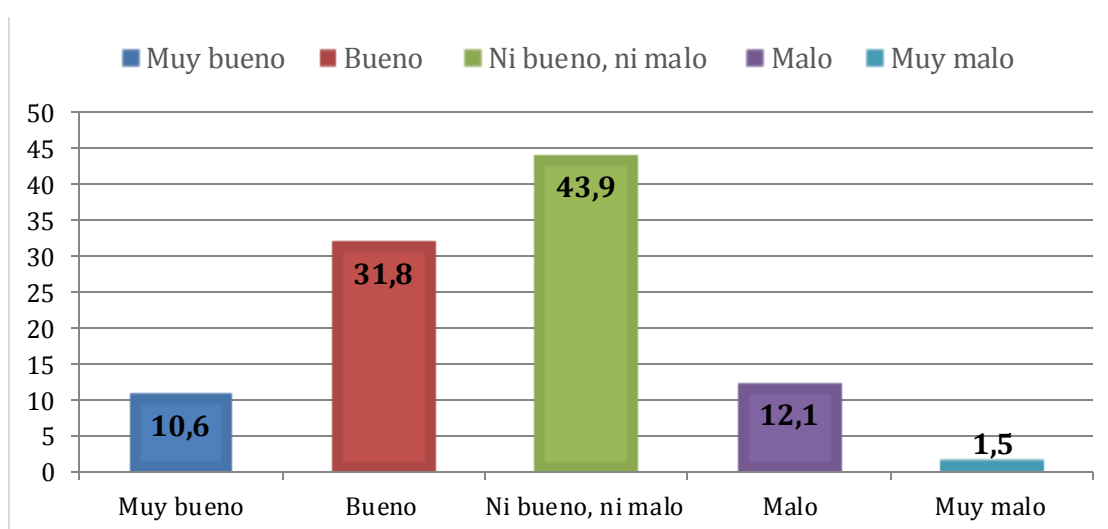


Figura 12: Ambiente laboral

El 43,9% de los empleados han seleccionado que el ambiente laboral en la Unidad Educativa no es ni bueno ni malo. Al ver la pregunta anterior nos percatamos de que algo no funciona dentro de la institución, pues apenas llegan se sienten bienvenidos y apreciados, pero conforme van conviviendo esto empieza a reducirse.

Dentro de una institución sería conveniente que el clima laboral siempre sea bueno, para que la productividad aumente, los empleados se sientan motivados y quieran trabajar ahí.

Pregunta 11. Pienso que la institución innova continuamente en procesos y tecnología.

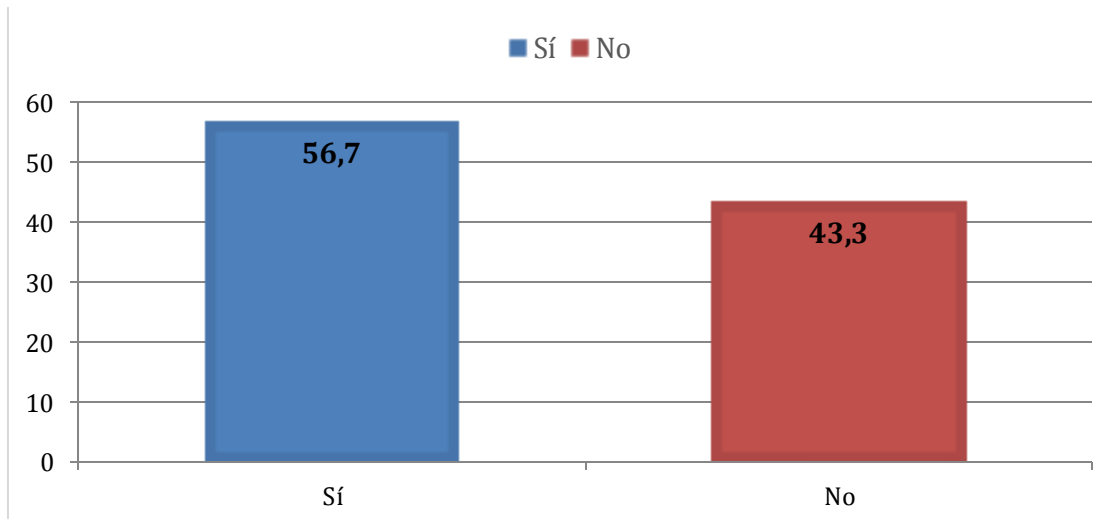


Figura 13: Innovación

En el gráfico siguiente podemos evidenciar que las cifras no tienen una diferencia tan grande, el 56,7% de los empleados creen que la institución sí innova y el 43,3% no. Es importante que la institución innove continuamente para mantener competencia en el mercado. Por medio de la observación es evidente que la Unidad Educativa innova tecnológicamente, pues en todas las aulas existen computadoras y pantallas interactivas para que los estudiantes aprendan, igualmente los laboratorios tienen materiales nuevos y están completamente equipados, también buscan siempre capacitar a los profesores sobre temas educativos modernos. Sin embargo, podemos notar que no hay una innovación de procesos en especial comunicacionales. Deben tener en cuenta que nuevas herramientas o procesos de innovación generan una mejora la productividad y se obtiene mayores beneficios sociales.

Cultura corporativa:

Pregunta 12. ¿Sabe cuál es la misión de la Empresa?

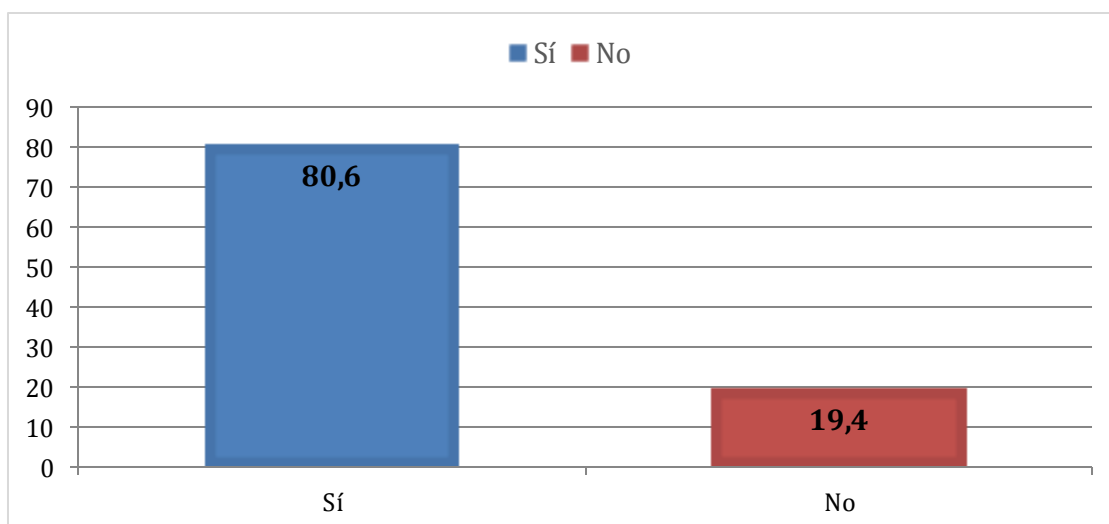


Figura 14: Misión

En sus propias palabras cuál es:

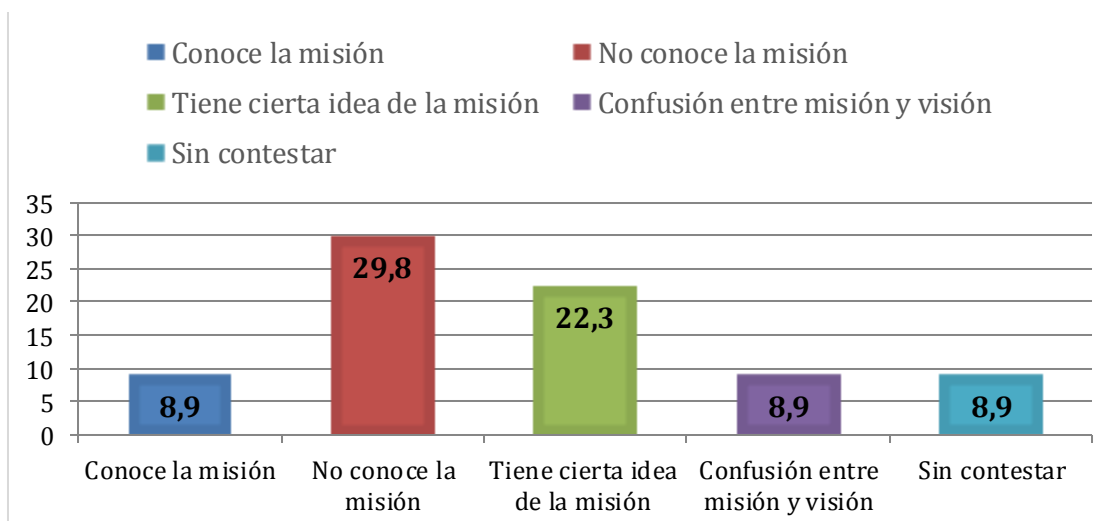


Figura 15: Descripción de la misión

Podemos evidenciar cómo el 81% de los empleados seleccionan que sí saben cuál es la misión de la empresa; sin embargo, dentro de la pregunta se solicitaba que la escriban y se muestra que solo el 9% de las persona encuestadas tienen clara la misión de la empresa.

Puede ser que un alto porcentaje no tenga clara la misión de la empresa pues la misma fue cambiada en septiembre del 2017 y es evidente que no ha sido socializada correctamente.

La institución, como veremos en el gráfico 31, tiene un flujo de comunicación vertical. Por lo tanto, los que no han realizado una correcta socialización de la misión son los altos mandos. La misión solo se encuentra expuesta en el hall de la institución en un roll-up, el cual está escrito en inglés y se mueve constantemente porque estorba la entrada y salida de los estudiantes. Es de suma importancia su mayor difusión y su escritura en idioma español, pues no todos los empleados saben inglés.

La misión es la razón de ser de una institución, en una pregunta es ¿Qué hace? la institución, por lo tanto que los empleados no sepan responder esta pregunta nos muestran que no van a poder tomar decisiones adecuadas que beneficien a todos, pues no tienen claro lo que su institución hace u ofrece.

Pregunta 13. ¿Sabe cuál es la visión de la empresa?

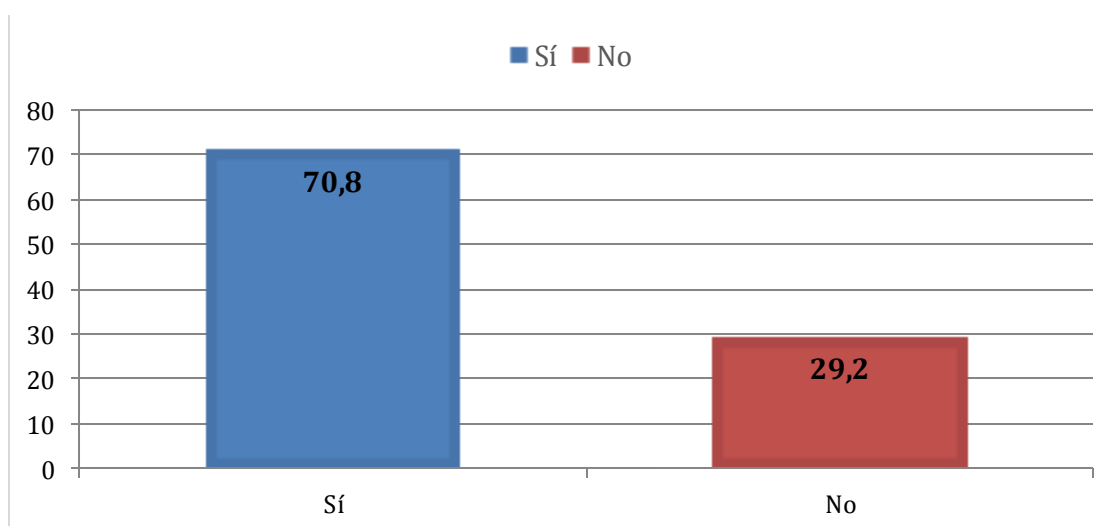


Figura 16: Visión

En sus propias palabras cuál es:

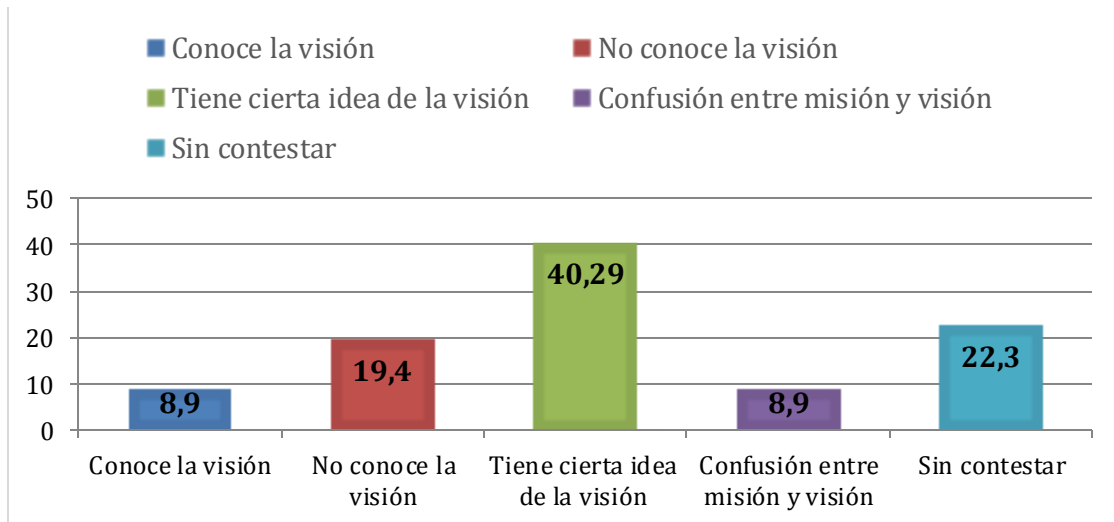


Figura17: Descripción de la visión

Al igual que la misión podemos notar que los empleados han respondido que sí saben cuál es la visión de la empresa; sin embargo, dentro de la pregunta se solicitaba que la escriban y al igual que la misión solo el 9% de las persona encuestadas tienen clara la misión de la empresa. Aunque en este caso el 40% de las personas tienen cierta idea de cuál es.

La visión es lo que la empresa quiere alcanzar a largo plazo, por lo tanto que los empleados no la tengan clara quiere decir que no saben qué objetivos deben alcanzar para mejorar.

Al igual que la misión solo se encuentra en el roll-up y redactada en inglés por lo que los empleados no le prestan mayor atención, pues no es un lugar muy concurrido por los trabajadores.

Pregunta 14. ¿Sabe cuáles son los valores de la Empresa?

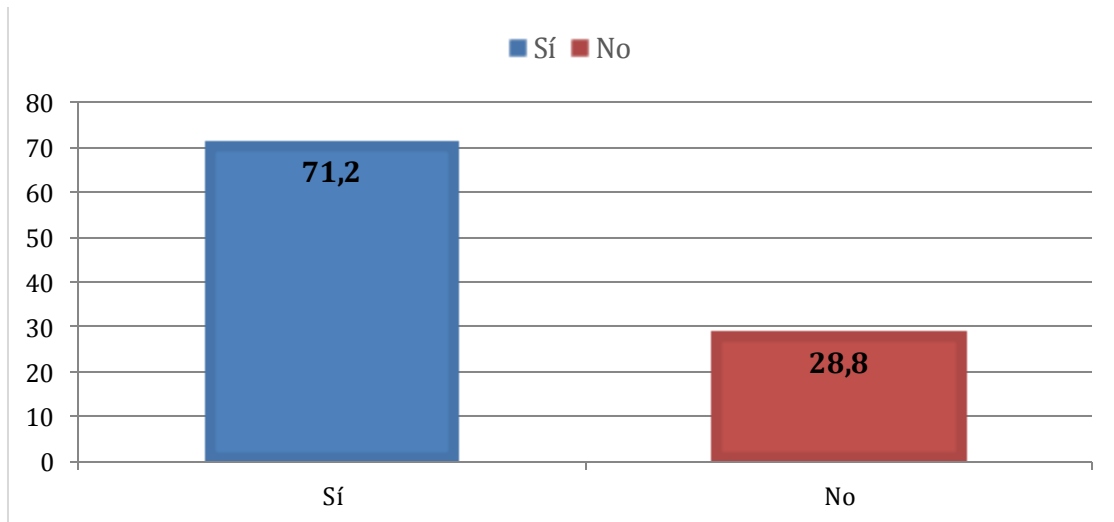


Figura18: Valores

Enumere al menos 2 valores:

Tabla 7: Enumeración de valores

Igualdad 1	Veracidad 1
Educación bilingüe 1	Mente abierta 6
Solvencia académica 1	Solidaridad 9
Íntegros 7	Puntualidad 2
Responsabilidad 12	Superación 4
Honestidad 18	Honradez 2
Abiertos a solucionar problemas 1	Buenos comunicadores 1
Reflexivos 1	Cumplidos 1
Respeto 12	Alegría 1
Lealtad 1	Profesionalismo 1
Innovadores 4	Humildad 3
Informados 1	Instruidos 1
Libertad 1	Ética 1
Indagadores 2	Tolerancia 1
Cooperación 1	Pensadores 1
No respondidos 7	

El 71% de los empleados han puesto que sí saben cuáles son los valores de la empresa. Sin embargo, la empresa no tiene valores establecidos. Los empleados si han escrito valores, en la parte donde se solicita enumérelos, pero estos valores son los que la institución espera que adquieran los alumnos. Seguramente existe una confusión, puesto que dentro de la Unidad Educativa existen cuadros alrededor del colegio con los valores escritos, pero como se mencionó anteriormente estos son valores para los estudiantes, no de la institución. Esta gran confusión y esta falta de conocimiento puede deberse a que los empleados no están siendo participes de la elaboración de los elementos de la cultura corporativa; por lo tanto esto provocará una falta de apego y compromiso con la institución, generando un ambiente inadecuado y menos producción.

Pregunta 15. Se me comunica sobre los resultados y marcha de la Unidad Educativa Julio Verne.

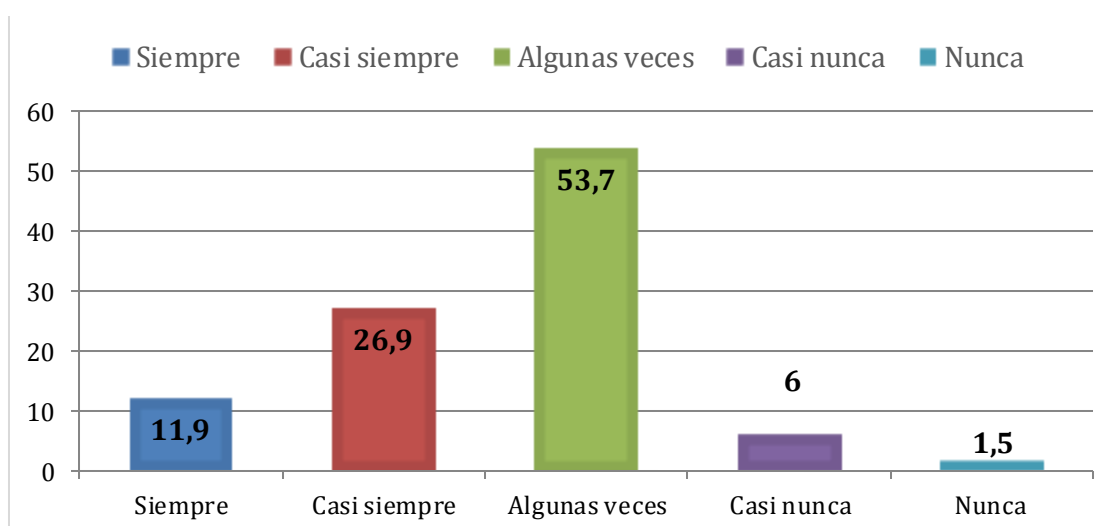


Figura 19: Comunicación de resultados

En el siguiente gráfico podemos evidenciar que el 54% de los empleados sienten que solo algunas veces se les comunica los resultados de la institución. Es necesario que la Unidad Educativa Julio Verne siempre comunique cómo se va desarrollando. Además, cuando los empleados saben sobre la marcha de la empresa sienten que son parte de la misma y se sienten identificados. Al comunicar lo que está sucediendo, sea un acontecimiento bueno o malo, permitirá una disminución de rumores, los cuales pueden perjudicar de gran manera a la institución.

Pregunta 16. Al unirse a la Unidad Educativa Julio Verne, recibió inducción sobre el área donde trabaja y la función que realiza. (Si su respuesta es No pase a la pregunta 18)

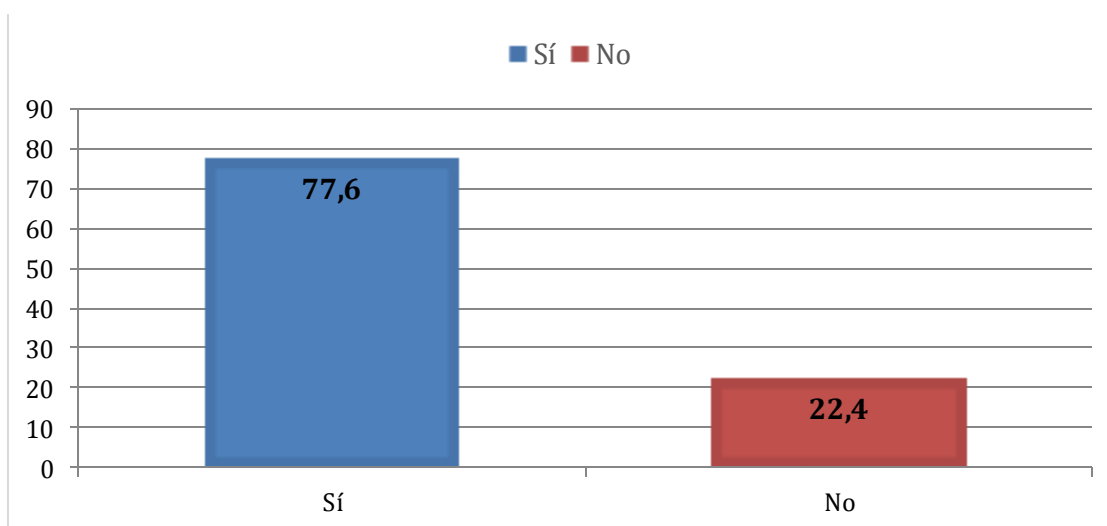


Figura 20: Recibió inducción

El 78% de los encuestados han recibido inducción, esto habla bien de la institución puesto que el empleado se familiariza más rápido con su puesto de trabajo, con sus compañeros, en general con todo respecto a la institución, lo cual le permite a la Unidad Educativa y al nuevo integrante mejorar tiempos de productividad.

El 22% de los encuestados no han recibido inducción, no es un porcentaje muy alto, pero todos los empleados deberían recibir inducción, pues es un proceso que ayudará al empleado tanto es su proceso de trabajo como a sentirse bienvenido.

Pregunta 17. ¿Qué opinión tiene usted acerca de la inducción que recibió cuando ingresó a la Unidad Educativa Julio Verne?

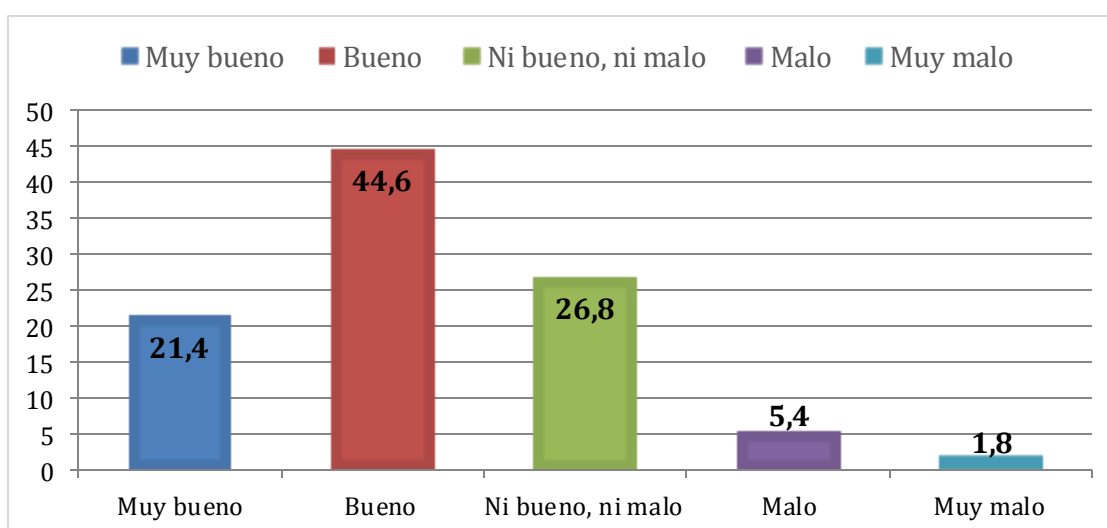


Figura 21: Opinión sobre la inducción

Los siguientes porcentajes nos muestran que la inducción que ofrece la Unidad Educativa es de calidad, pues la mayoría de los empleados han seleccionado que muy buena y buena. Al preguntar a los empleados que les hicieron durante la inducción, comentaron que les mostraron el colegio, les presentaron a las principales autoridades, a los compañeros de área y les indicaron las normas del colegio. Sin embargo, se podría hacer más. Sería importante darse un tiempo para presentar a la persona o personas nuevas a todos los empleados uno por uno, para que el nuevo personal tenga más confianza para solicitar algo, también sería bueno dar un manual institucional, para que conozca los procesos, reglamentos de la institución, pues esto podrá tener consiigo hasta que se los aprenda.

Canales y flujos de comunicación:

Pregunta 18. ¿Dentro de su actividad laboral, cuáles son los medios de comunicación que generalmente utiliza? (Puede existir más de una respuesta)

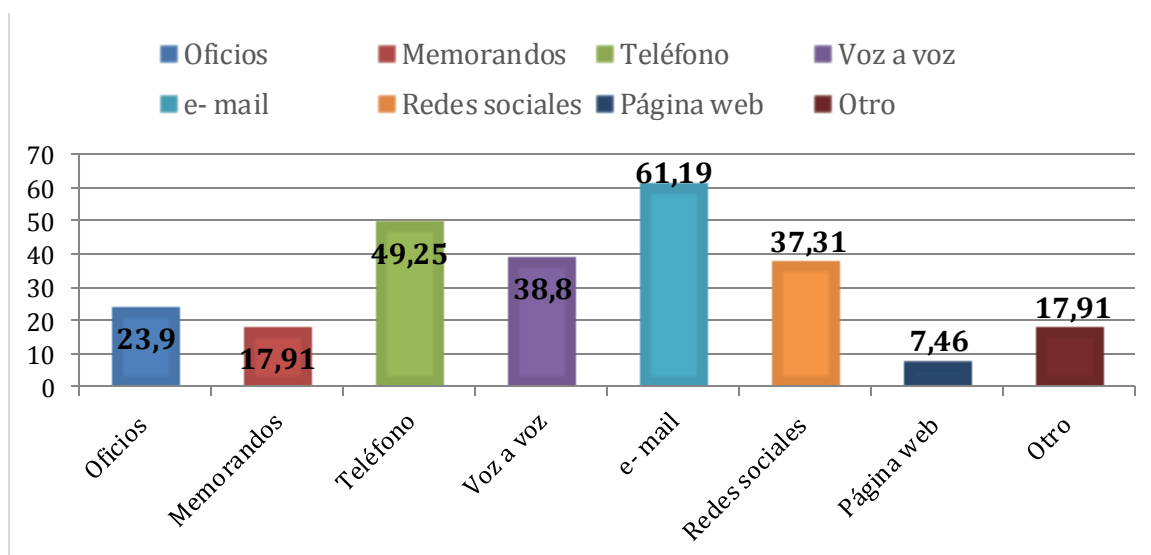


Figura 22: Medios que se utilizan generalmente en UEIV

Otros:

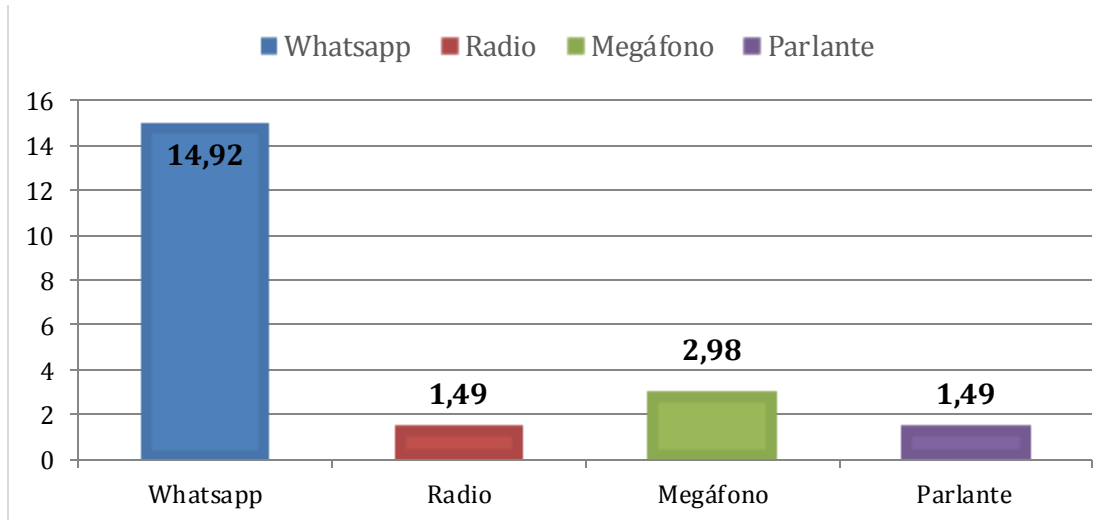


Figura 23: Descripción de otros medios que se utilizan generalmente en UEJV

Se puede observar que los medios de comunicación más utilizados son el e-mail, el teléfono, redes sociales y voz a voz; sin embargo, en cada uno de los medios propuestos hay un cierto porcentaje, lo que nos hace evidenciar que no hay canales formales establecidos, por lo tanto se usa el medio más fácil de usar y que esté al alcance. Dos de los medios de comunicación más usados es el Whatsapp y el correo electrónico, por lo tanto se dio seguimiento a estos dos canales. En el grupo de Whatsapp solo están agregados los profesores y directivos, por lo tanto lo que se trate en este grupo no lo van a saber ni administrativos, ni personal de apoyo. Algunos profesores no están agregados porque no disponen de un celular inteligente y muy pocas veces hay respuesta a los mensajes que se envían por este medio. Lo que respecta a correo electrónico sucede algo similar, los mensajes nunca son respondidos, los mensajes no llegan a todo el personal y si llegan los mensajes no son individualizados para un grupo crenado un exceso de información.

Pregunta 19. ¿En el trabajo, a través de qué medios se entera de lo que pasa en la Unidad Educativa? (Puede existir más de una respuesta)

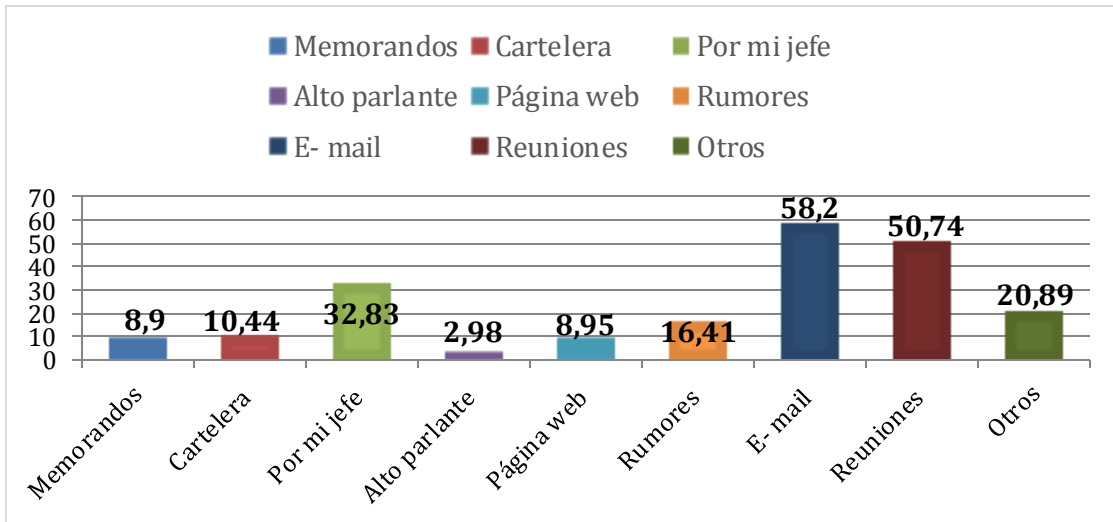


Figura 24: Medios por los cuales obtiene información

Otros:

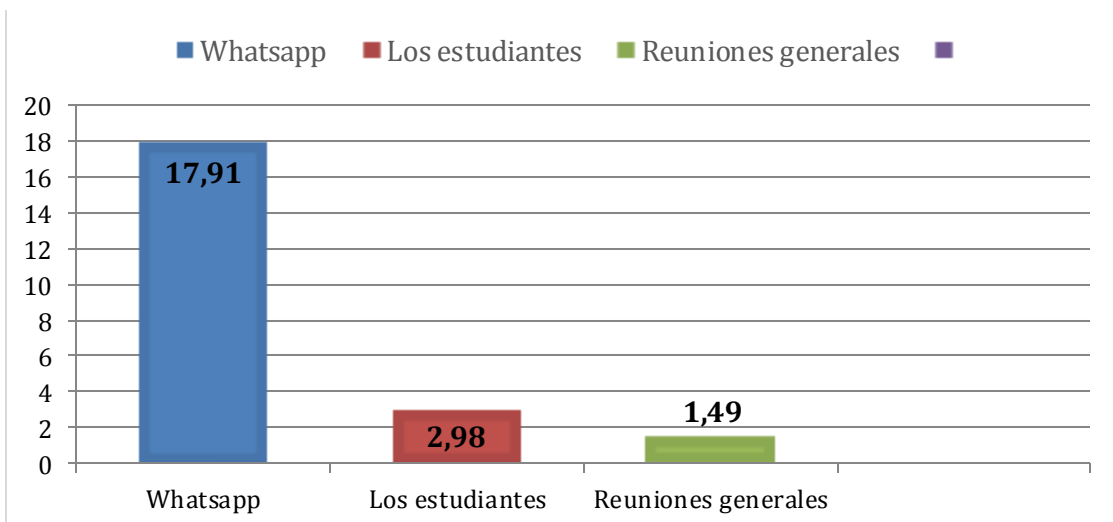


Figura 25: Otros medios por los cuales obtiene información

Al igual que en el gráfico anterior podemos notar que en todos los medios propuestos tienen un cierto porcentaje, lo que nos muestra una reiteración en la falta de canales oficiales. Es un problema que los empleados se enteren por todos estos medios lo que pasa en la institución porque no van a saber a cuál deben estar más atentos y cuál deben revisar con más frecuencia.

Una de las respuestas en esta figura es preocupante, que los empleados se enteren de lo que pasa en la institución por medio de rumores es peligroso pues la información empieza a ser ambigua y poco confiable.

Pregunta 20. ¿Qué tipo de información me gustaría recibir? (Señale las 3 que considere más importante)

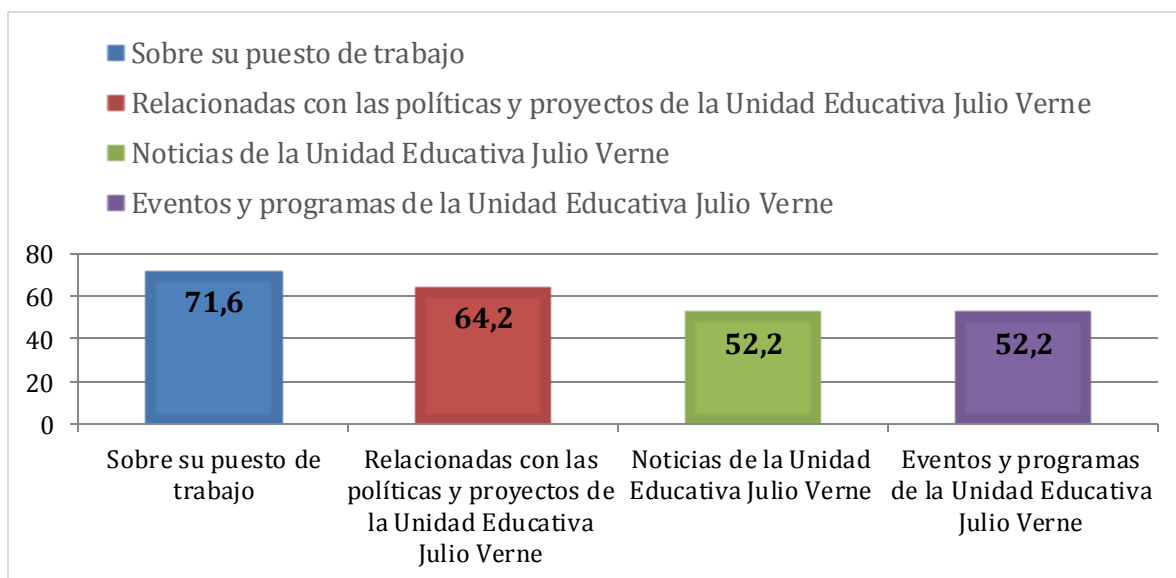


Figura 26: Información que les gustaría recibir

El siguiente gráfico muestra porcentajes sin amplia diferencia. Lo cual nos permite evidenciar que los empleados quieren recibir información que les ayude a mejorar en su puesto de trabajo, conocer proyectos y sobre todo conocer lo que está pasando dentro de la Unidad Educativa Julio Verne.

Pregunta 21. ¿Tiene correo electrónico institucional? (Si su pregunta es No pase a la pregunta 26)

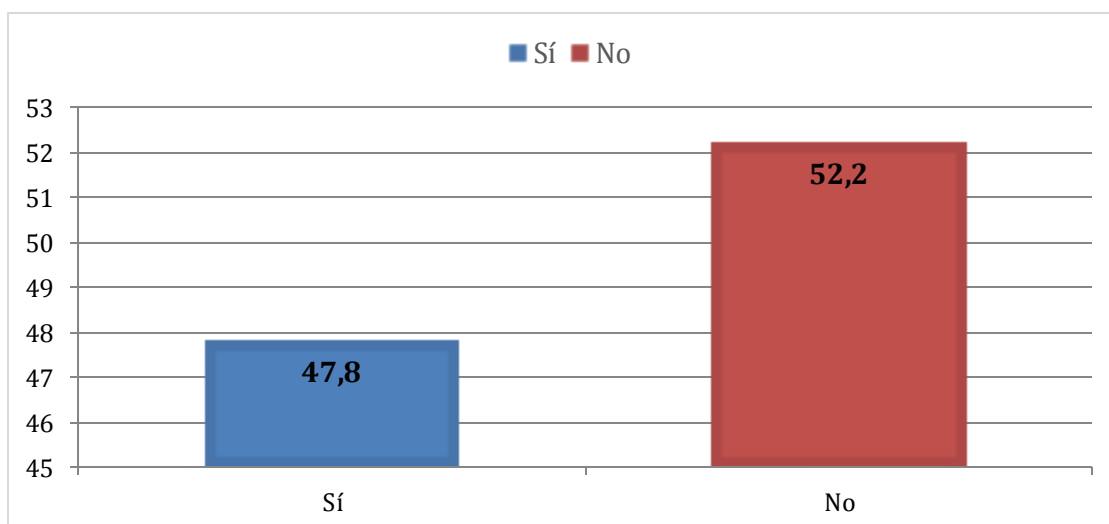


Figura 27: Correo institucional

Se evidencia que la diferencia entre los porcentajes solo es del 4%. Parece que hay una confusión entre correo institucional y personal. En la Unidad Educativa Julio Verne no existe correo institucional, los empleados usan su correo personal para recibir información. No es una buena opción que los empleados reciban correos de la institución junto a los personales, porque estos se pueden perder y no ser leídos. Sería importante crear un correo institucional, para que se pueda gestionar mejor la información, sea seguro que la información es verídica.

Pregunta 22. ¿Con qué frecuencia lo utiliza?

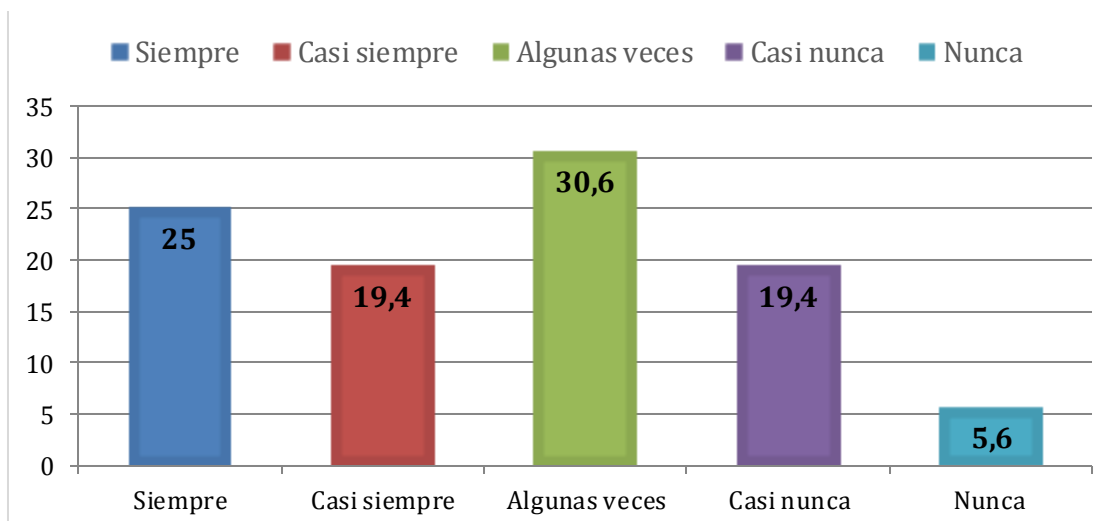


Figura 28: Uso del correo institucional

Al ver el gráfico se puede notar que los porcentajes no son tan diferentes. En el punto 21 se menciona que no existe correo institucional, por lo tanto, el 31% de los empleados deben utilizar algunas veces su correo personal. Es importante conocer la frecuencia de uso del correo personal, para establecer estrategias que generen mayor revisión del correo institucional.

Pregunta 23. ¿A través de quién recibe la información relacionada con su trabajo?

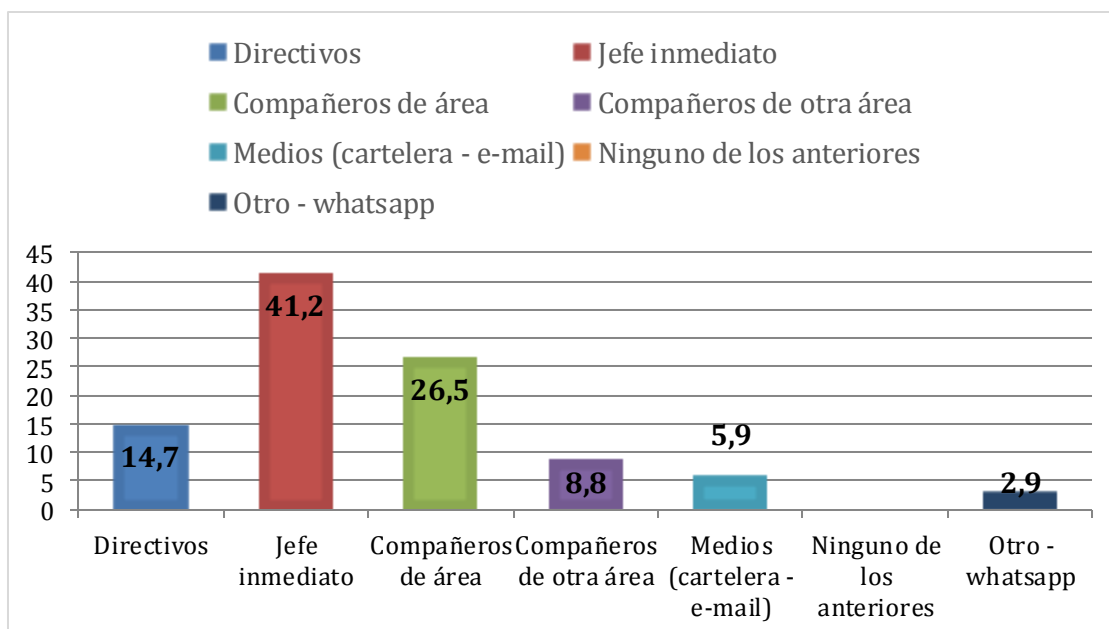


Figura 29: De quién se recibe información

El 41% de los empleados seleccionan que reciben información de su jefe inmediato a través del correo personal; sin embargo, por medio de la observación del correo electrónico personal de algunas de las trabajadoras se observó que los empleados si mantienen un contacto con su jefe inmediato por el correo, pero solo cuando hay la solicitud de alguna planificación o documento, pero no para transmitir comunicados oficiales. Los comunicados oficiales los reciben de las secretarias de la institución, pero estos son muy generalizados y llegan a todos sin importar si sean o no del interés de esa área. Además, es importante mencionar que no todos los empleados de la institución poseen correo personal, por lo cual antes de crear un correo institucional, sería adecuado enseñar a todos sus empleados el uso del mismo y si es necesario hasta el uso básico de una computadora.

Pregunta 24. ¿Son claros los mensajes que recibe?

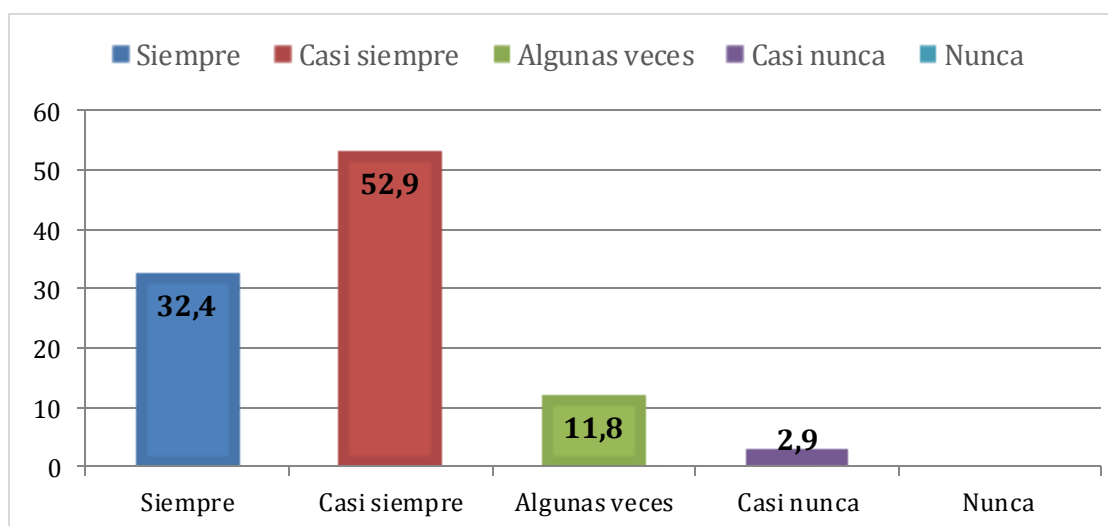


Figura 30: Claridad en los mensajes

Se puede observar que el 53% selecciona que casi siempre los mensajes que se reciben al correo electrónico son claros. Es importante que los empleados comprendan los mensajes, puesto que, esto les permitirá realizar mejor sus actividades. Sin embargo, sería necesario que siempre los mensajes sean claros y sobretodo como se ha mencionado antes que sean individualizados para cada área, para que no exista una infoxicación.

Pregunta 25. ¿Se encuentra con alguno/s de los siguientes obstáculos a la hora de transmitir información en la Unidad Educativa Julio Verne? (Puede existir más de una respuesta)

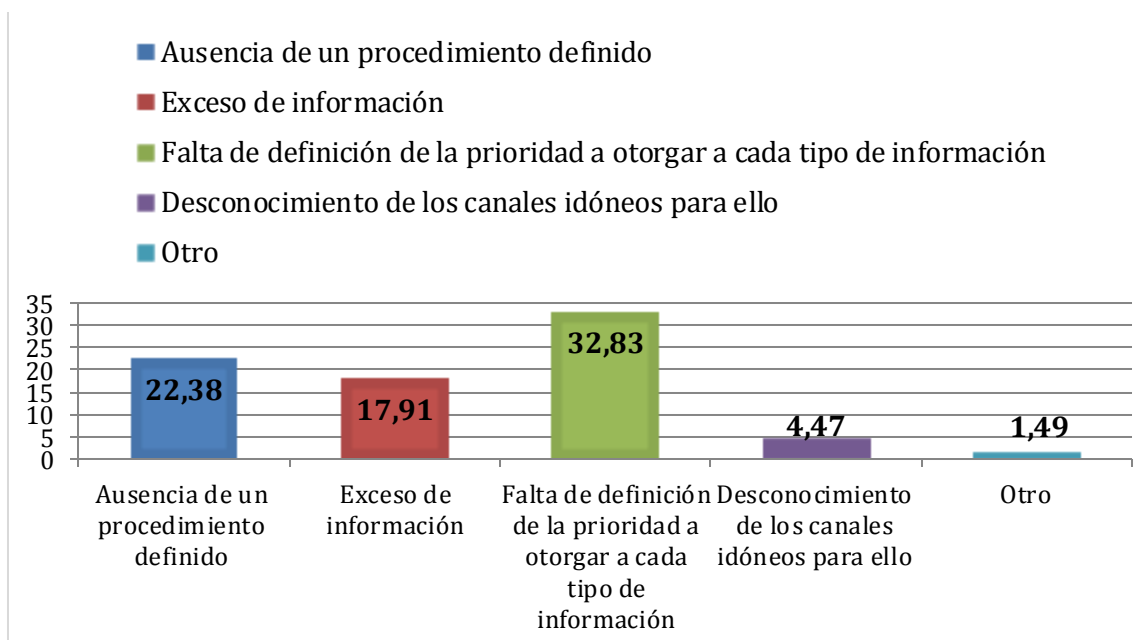


Figura 31: Obstáculos en transmisión de mensajes

En el siguiente gráfico se puede evidenciar cómo los empleados han seleccionado que sobre todo tienen obstáculo con la falta de prioridad a otorgar a cada tipo de información. Dependiendo de la importancia de la información debería ser usado un canal diferente, para información importante sería bueno usar el correo electrónico y para información menos importante y que se requiere sea inmediata, el Whatsapp. Al momento de enviar un correo se debe individualizar la información para cada área, para que no exista una infoxicación.

Pregunta 26. ¿Cuál es el medio de comunicación que usted prefiere para enviar información a sus compañeros de trabajo? (Puede existir más de una respuesta)

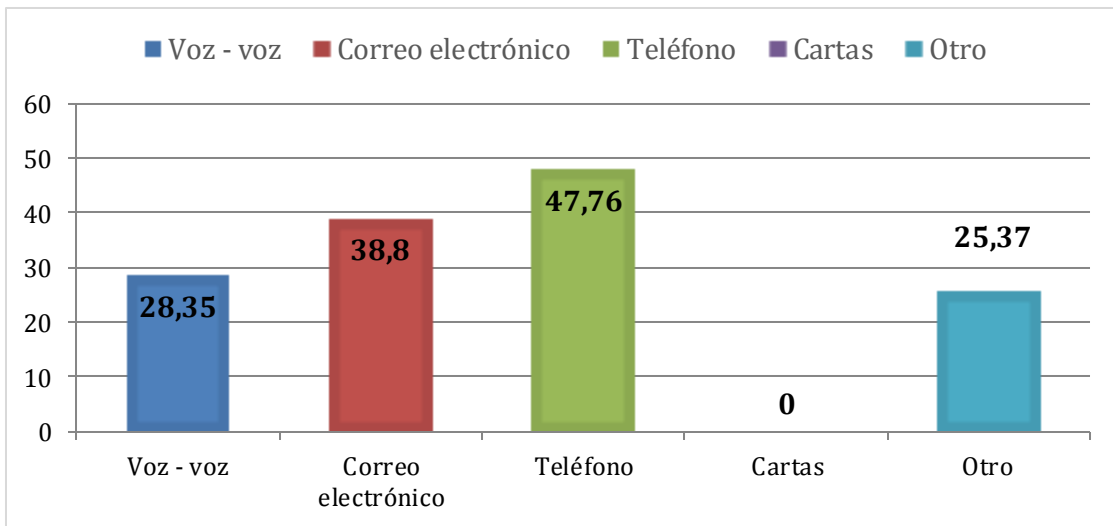


Figura 32: Medios que prefiere para enviar información

Otro:

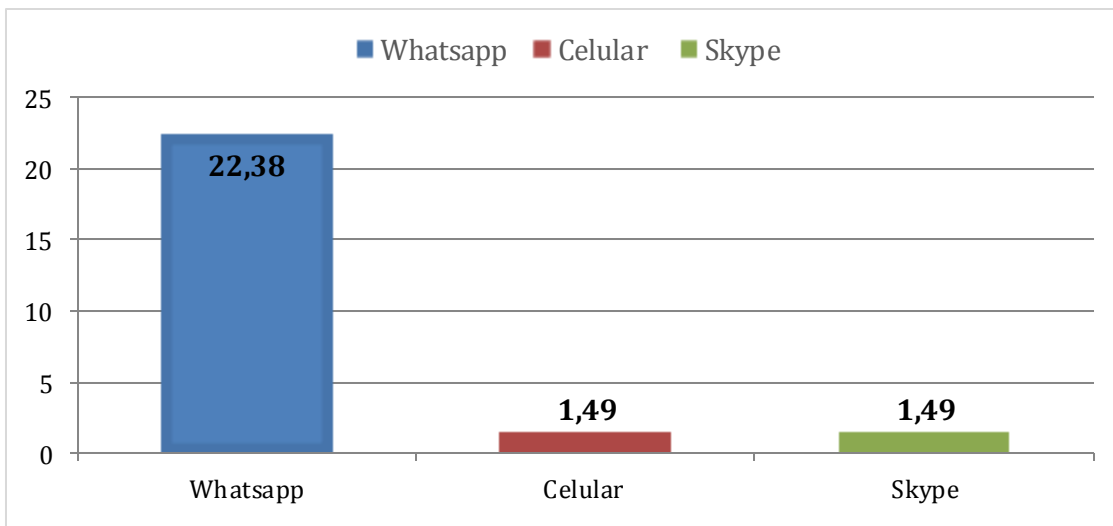


Figura 33: Otros medios que se prefiere para enviar información

En el siguiente gráfico se puede evidenciar que el teléfono/celular y el e-mail son los dos medios por los que se prefiere enviar información. Al revisar las respuestas en otros: la aplicación que prefieren usar dentro del teléfono/celular es Whatsapp, esto se debe a la inmediatez con la que se puede realizar envío de mensajes, archivos y la facilidad de uso. Sin embargo, al revisar el chat grupal de Whatsapp, se puede evidenciar que se transmite información, pero los mensajes no son respondidos.

Pregunta 27. ¿Qué medio de comunicación prefiere para recibir información?

(Puede existir más de una respuesta)

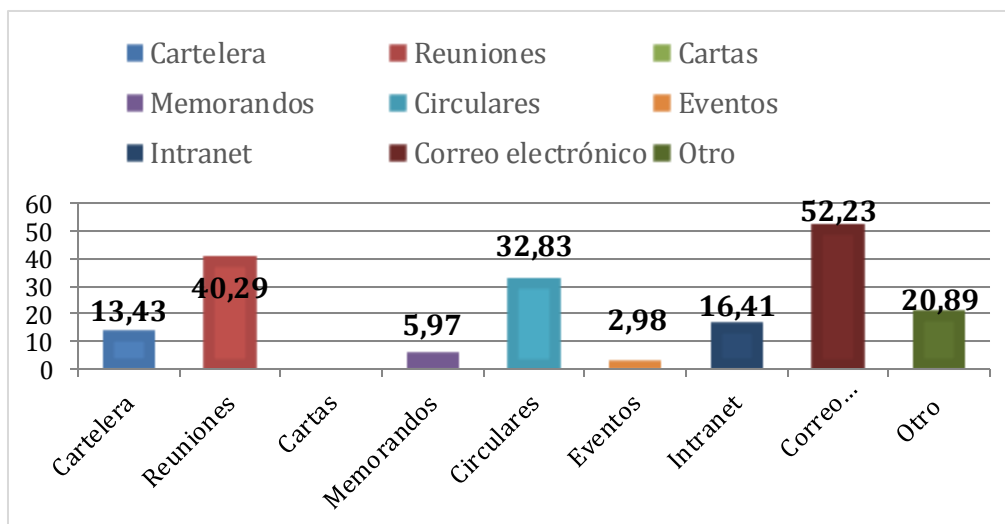


Figura 34: Medios que se prefiere para recibir información

Otro:

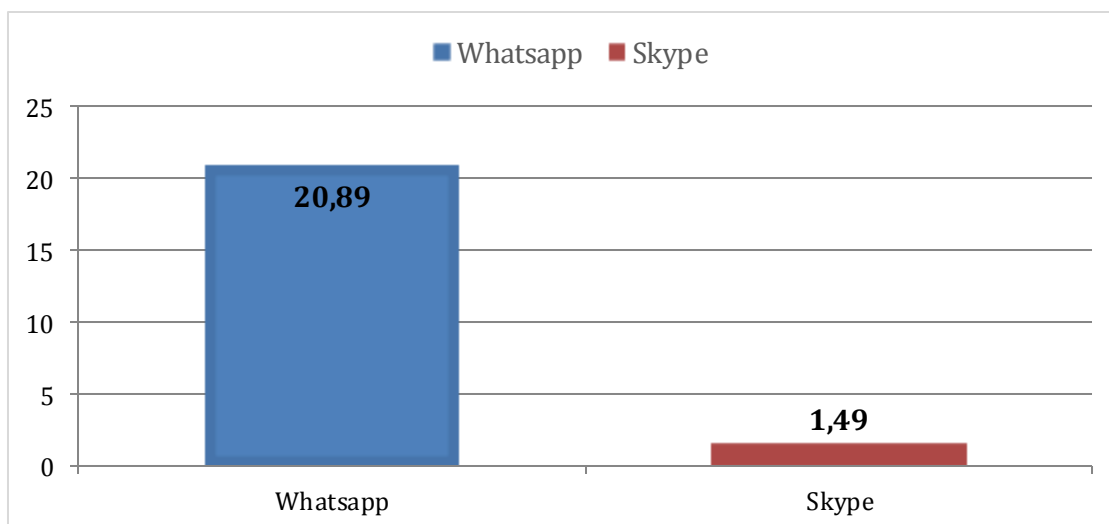


Figura 35: Otros medios que se prefiere para recibir información

Al igual que en el gráfico anterior los empleados prefieren recibir información por correo electrónico, reuniones y Whatsapp. Es importante conocer los medios que prefieren los empleados para crear estrategias de comunicación a través de estos.

Comunicación

Pregunta 28. La comunicación interna en la Unidad Educativa Julio Verne es una actividad permanente y planificada.

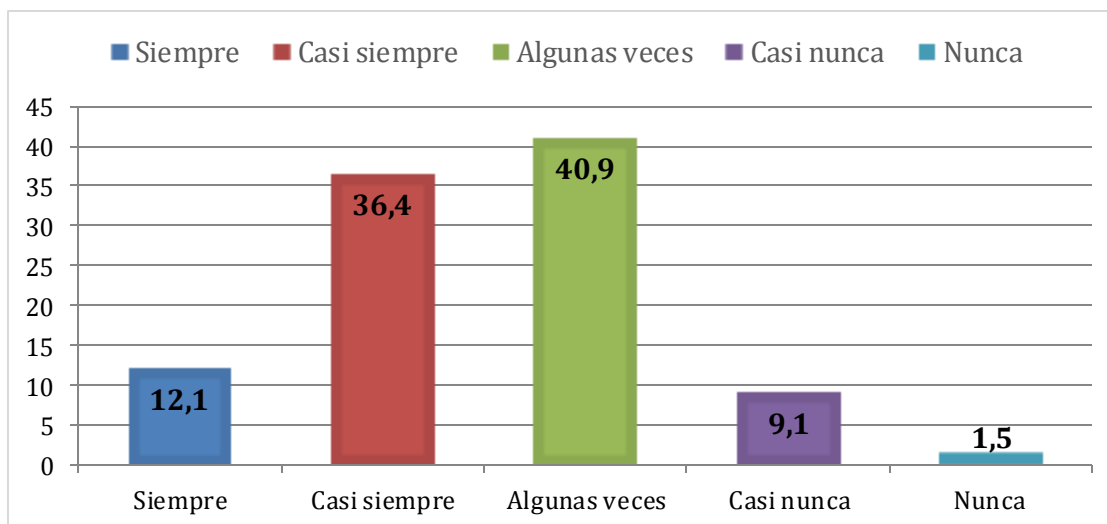


Figura 36: Comunicación interna planificada

Sabemos que la comunicación interna son actividades que se realizan para mejorar las relaciones personales a través de manejo correcto de medios de comunicación. Podemos observar que el 41% de los empleados han puesto que algunas veces y el 36% casi siempre la comunicación es permanente y planifica, es verdad que existe comunicación interna dentro de la unidad educativa pero esta no es planificada, pues como hemos visto en anteriores preguntas no existen canales oficiales, no hay una persona profesional en la materia que se encargue específicamente de la comunicación interna.

Pregunta 29. ¿Cuál es su grado de satisfacción con comunicación interna?

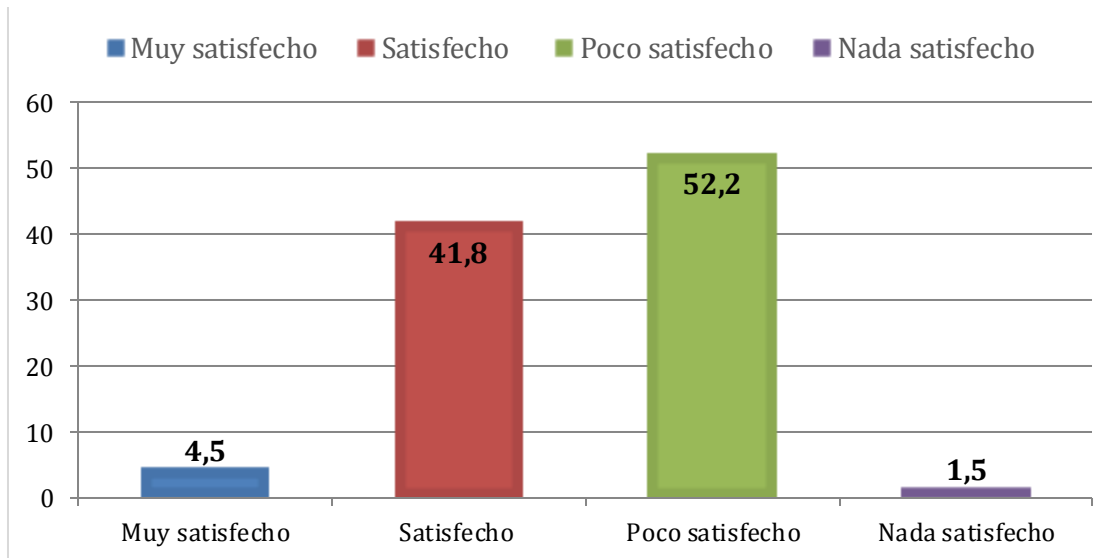


Figura 37: Satisfacción con la comunicación interna

El 52% de los encuestados ponen que están poco satisfechos con la comunicación interna, esto puede deberse a que no existe un proceso de comunicación establecido dentro de la institución. Al momento de conversar con algunas profesoras nos mencionaron que existen a veces discrepancias entre los directivos, por lo que no se ponen de acuerdo en los mensajes que transmiten y a veces se escuchan rumores de lo que pasa en la unidad educativa pero nadie les aclara dudas. Estos problemas y otros más que tiene la institución son graves, porque si la comunicación interna no funciona, los empleados pueden tener mala actitud, baja productividad, desmotivación.

Pregunta 30. La Unidad Educativa Julio Verne cuenta con un área especializada en comunicación interna.

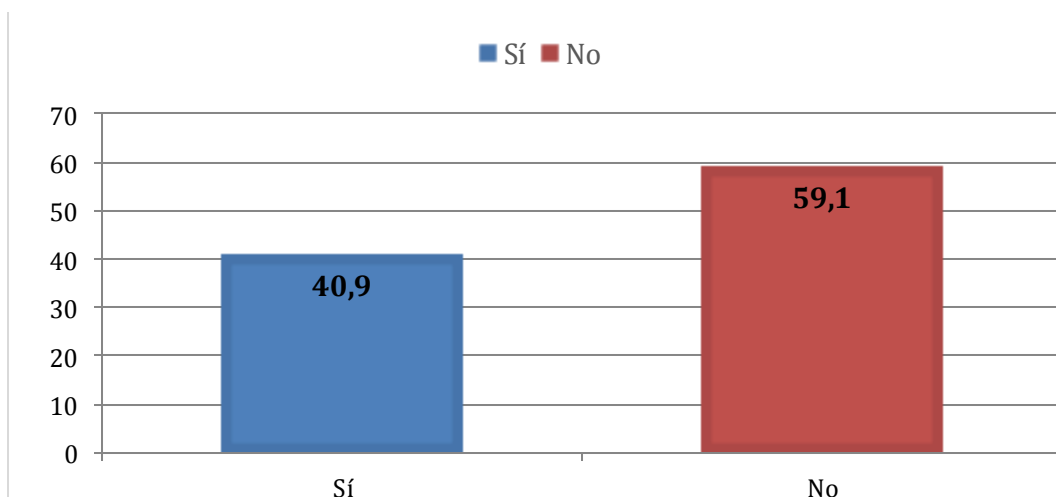


Figura 38: Área de comunicación especializada

En la siguiente figura los porcentajes son parecidos; sin embargo podemos notar que la mitad de los empleados no conocen bien la institución. La Unidad Educativa Julio Verne no cuenta con un área especializada en comunicación interna. Lo que muestra que los empleados no tienen un interés por saber lo que la institución tiene. Un departamento de comunicación o un profesional en la carrera ayudaría a gestionar de manera eficaz y positiva la información a través de los canales más adecuados para cada circunstancia.

Pregunta 31. ¿De qué manera fluye generalmente la comunicación en la Unidad Educativa Julio Verne?

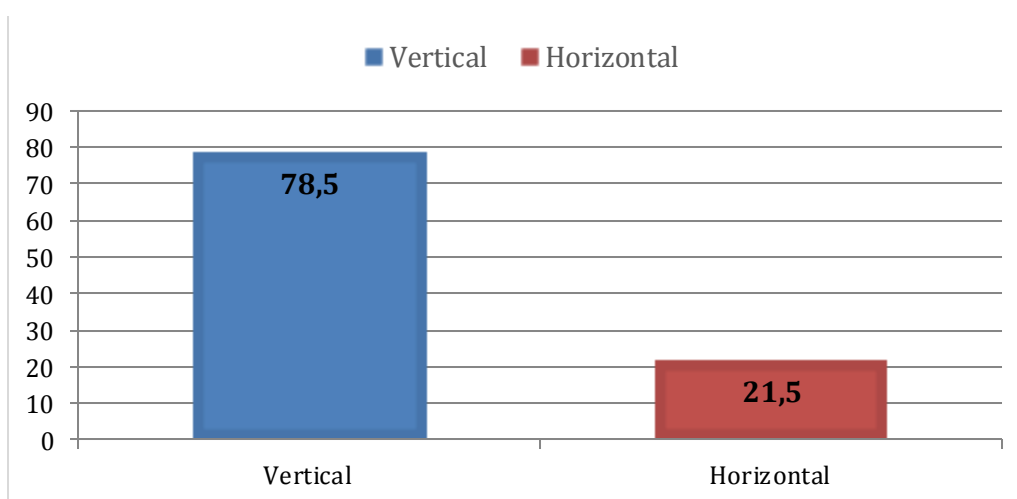


Figura 39: Flujo de comunicación

El 78% de los empleados han puesto que la comunicación fluye de manera vertical, es decir que va de altos mandos a bajos mandos y viceversa. Este porcentaje tiene razón pues el organigrama que tiene la institución muestra claramente que se desarrolla por jerarquías y es seguro que de esta forma se transmite información. Lo ideal sería tener un flujo de comunicación horizontal, pues mostraría una institución más moderna e innovadora, los empleados con este flujo tendrían mayor participación, colaboración, mejores relaciones personales y por lo tanto abriría un mejor clima laboral. Sin embargo, si se desea continuar con un flujo vertical es importante tener en cuenta que debe ser ascendente y descendente para que tanto los jefes como los empleados puedan expresar su opinión.

Por medio de la observación nos damos cuenta que este tipo de flujo no está funcionando completamente, pues son varias personas que se encuentran en los altos mandos dentro de la unidad educativa y no se ponen de acuerdo al momento de transmitir información pues a unos les llega un mensaje y para otros es uno diferente o simplemente nunca lo reciben, por

la tanto sería importante que los mandos altos seleccionen a una persona que se encargue del manejo específico de la comunicación.

Pregunta 32. Edad:

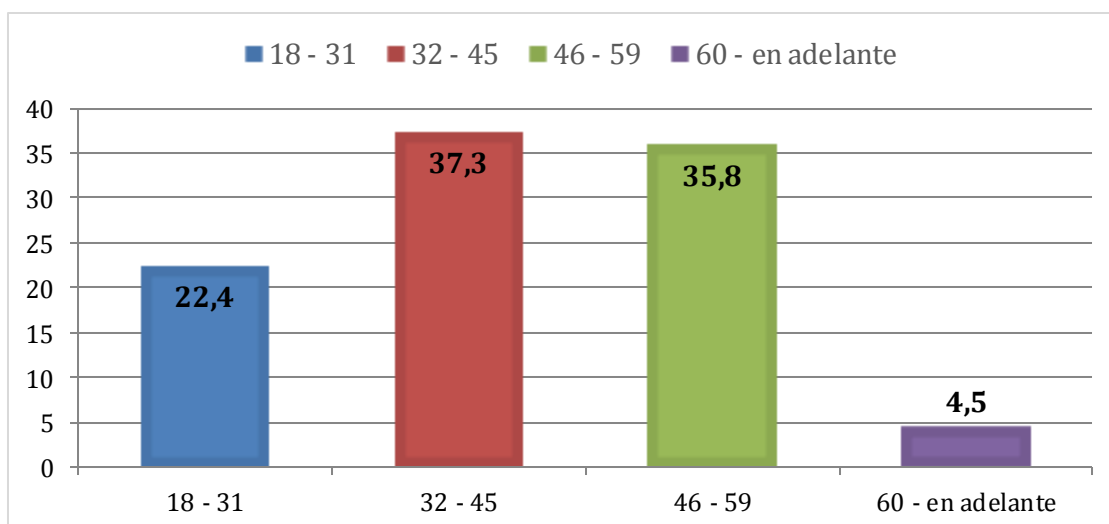


Figura 40: Edad

En siguiente gráfico podemos observar que la unidad educativa tiene empleados de diferentes edades, lo cual es importante porque permite que los empleados de menor edad aprendan de los de mayor y viceversa.

Pregunta 33. Nivel en el trabajo:

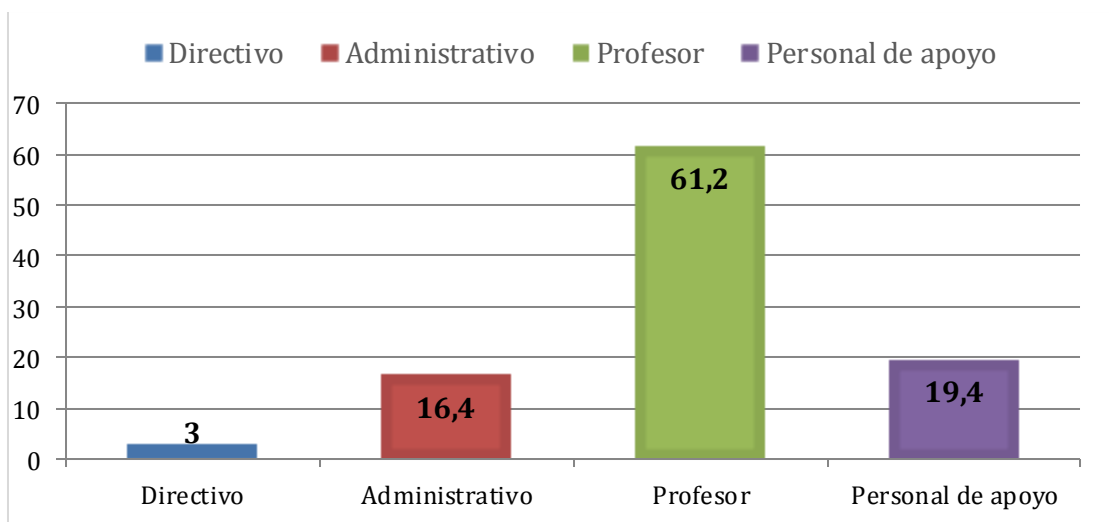


Figura 41: Nivel en el trabajo

El 61% de los empleados son profesores, lo cual es normal pues las encuestas fueron realizadas en una institución educativa. El 19% de los encuestados son personal de apoyo quienes ayudan en la seguridad del colegio, en la limpieza, en algunos trámites. El otro 17% son administrativos quienes se encargan de la parte burocrática y el 3% directivos quienes controlan todo dentro de la Unidad Educativa Julio Verne.

Pregunta 34. Años de trabajo:

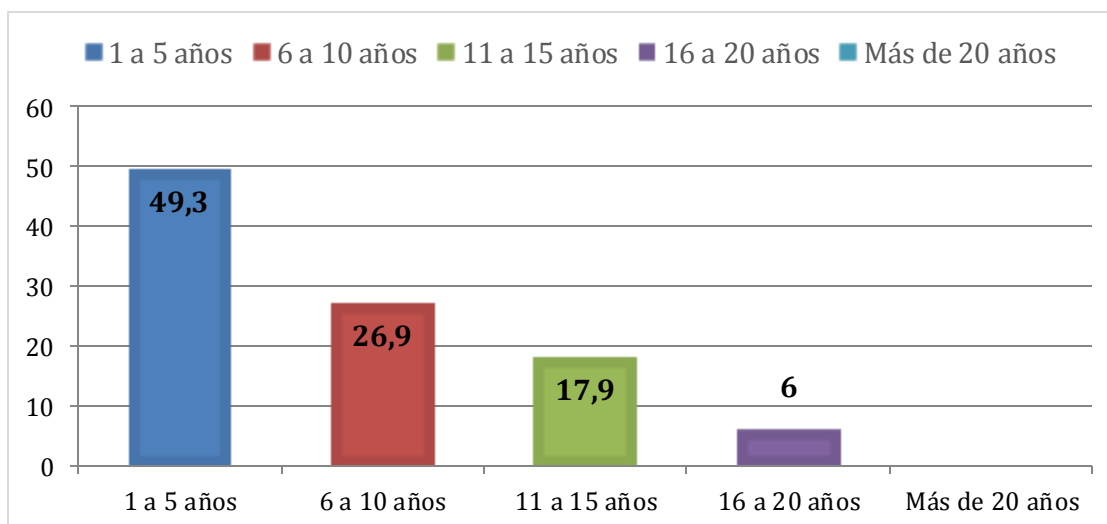


Figura 42: Años de trabajo

Al contabilizar los resultados podemos darnos cuenta que existen un igualdad entre el personal nuevo y antiguo. Pues un 49,3 % han trabajado de 1 a 5 años y sumando los otros porcentajes, 27%, 18% y 6% da 51% que muestra a trabajadores que han estado en la institución de 6 a 20 años. Es importante para la investigación que existan empleados nuevos y antiguos con un porcentaje similar, pues el personal antiguo conoce más la institución y sabe cuáles son los cambios que está ha realizado en cuanto a comunicación y el personal nuevo al conocer otras instituciones o salir de un ambiente reciente de estudio puede saber lo que le falta a la institución en el campo mencionado.

3.5 Conclusiones

- Solo algunas veces los empleados se sienten estimados dentro de la institución, esto debería cambiar, pues un empleado que se siente estimado constantemente por los directivos de la empresa, trabajara con mayor energía y esfuerzo.
- Una fortaleza que existe entre los empleados es el compañerismo.
- El ambiente laboral en la Unidad Educativa no es ni bueno ni malo. Dentro de una institución sería conveniente que el clima laboral siempre sea bueno, para que la productividad aumente y los empleados se sientan motivados de trabajar ahí.
- La misión y visión no tienen los elementos correctos para que se encuentren correctamente redactada.
- Los empleados no conocen la filosofía de la institución, pues la misma no ha sido socializada correctamente.
- Un porcentaje de los encuestados no han recibido inducción lo cual no ayuda a una mejor y rápida adaptación, lo que genera poca productividad.
- Los canales de comunicación más utilizados, aunque no sean oficializados, son el correo electrónico personal y WhatsApp. Los mensajes que se transmiten por estos medios no son constantemente revisados, por lo cual suelen existir confusiones. Además, los mensajes por lo general no tienen respuesta, por lo cual no se sabe si todos los empleados recibieron la información.
- No existe dentro de la institución la planificación de la comunicación interna; debido a que, no existe un área o una persona que tenga un conocimiento profesional para hacerlo. Por lo tanto, los empleados se sienten poco satisfechos con la misma.

3.6 Recomendaciones

- Contratar una persona profesional de esta carrera, para que no sea un gasto muy grande puede ser un recién egresado o un pasante que se encuentre en los últimos semestres de la carrera, con el objetivo de que exista un control sobre la información que se transmite.
- Con ayuda del profesional en comunicación se debe crear o mejorar canales y poner reglas para su uso, para que la información que se transmita sea la necesaria y no sea confusa.

- Para mejorar el clima laboral es recomendable crear actividades creativas para generar mayor unión y motivación.

3.7. Plan Estratégico de Comunicación interna

3.7.1. Introducción

Una vez aplicadas las encuestas en la Unidad Educativa Julio Verne se planteará a continuación estrategias para mejorar la comunicación interna de la institución.

El Plan de Comunicación interna contará con tres estrategias divididas de acuerdo a los aspectos que se analizaron en la encuesta. Se realizarán estrategias para mejorar el clima laboral, crear un sentido de cultura corporativa, mejorar canales y flujos de comunicación.

3.7.2. Estrategia 1: Fortalecer el clima laboral

Es importante que dentro de una institución el clima laboral sea adecuado para que los empleados se sientan satisfechos con el lugar en donde trabajan. La mayoría de los empleados dentro de la Unidad Educativa piensan que el clima laboral no es ni bueno ni malo, por lo cual por medio de estas estrategias se pretende que por lo menos el 80% de los empleados cambien de opinión y sientan que trabajan en un lugar armonioso, en donde si encuentra obstáculos estos se van a poder solucionar.

- La primera estrategia consiste en contratar un taller vivencial para que todos los empleados aprenda liderazgo, trabajo en equipo, generación de estrategias. Para realizar el siguiente taller se contratará un grupo externo a la institución.
- Se planificarán reuniones con cada uno de los empleados para saber cómo se encuentran en el trabajo, se dará 30 minutos a cada uno para que comenten como se sienten en la institución, den opiniones de la misma y felicitarlos por su trabajo. Sabemos que esto implica tiempo, pero es importante saber cómo se están sintiendo los empleados, para que ellos vean que la institución busca su bienestar.
- Para que exista una mayor unión entre los empleados se realizarán actividades. La primera es crear un día para que cada empleado enseñe a sus compañeros algo que le

guste hacer. Esta actividad se llamará “Yo aprendo de ti” se seleccionará un día al mes para que un empleado enseñe a sus compañeros lo que más le guste hacer. Por ejemplo: pueden enseñar alguna receta, a tejer, alguna manualidad, pueden enseñar hobbies, entre otras cosas.

- Actividad “Yo aprendo de ti” un viernes al mes un empleado enseñará a sus compañeros lo que más le guste hacer. Por ejemplo: enseñar alguna receta, alguna manualidad, pueden enseñar hobbies, entre otras cosas.
- Actividad “Moviendo el cuerquito” el segundo viernes del mes los empleados realizarán actividades deportivas. Se crearán equipos de baloncesto, fútbol, competencia de natación, bailoterapia, natación, entre otros. Con el objetivo de mostrar que la institución se preocupa por la salud de sus empleados y también para motivarlos.
- Actividad “Healthysnack se realizará una vez al mes, todo el personal traerán comida saludable para compartir con todos los profesores. La enfermera de la institución se encargará de comentar el valor nutricional de algunos alimentos y explicará cual sería una dieta saludable.
- Se realizará un boletín cada mes con el fin de que los empleados se sientan informados. Dentro del boletín irán noticias sobre la Unidad Educativa, artículos que sean afines al tema de educación, cumpleaños del mes, perfil de un empleado y entretenimiento.

3.7.3. Estrategia 2: Consolidar una cultura organizacional fuerte dentro de la institución

Si la cultura organizacional dentro de la institución es fuerte les mostrará a los empleados que le empresa tienen identidad, por lo tanto los empleados generan una unión con la empresa.

- Rediseñar la misión y visión, crear valores institucionales. Se realizarán reuniones con todos los empleados, primero para explicar que elementos debe tener la misión y visión y segundo para recoger ideas para poder rediseñarlas correctamente. Con el objetivo de tener una mejor cultura organizacional y que los empleados se sientan parte de la toma de decisiones
- Al ser cambiar la misión y la visión y crear valores es necesario socializar. Para esto se harán 6 afiches de la misión y la visión y se los pondrá alrededor de la institución. Cada curso tiene una computadora, por lo tanto se pondrá de fondo de pantalla la misión y la visión.
- Concurso para representar la misión, visión y valores. Cada grado, desde segundo de básica, creará una representación de la misión, visión y valores. Pueden dramatizar, bailar, cantar o recitar. El concurso tendrá tres premios para las mejores representaciones.
- Cada que llegue un nuevo empleado se le hará un Tour de bienvenida, se le llevará a conocer todas las instalaciones, se le presentará a todos los empleados, se le comentará los procesos de trabajo. Además, se le dará un manual de bienvenida, donde se encuentre la historia de la institución, logros, directores del colegio, filosofía, normativas, canales de la empresa, contactos; y se le dará un pequeño obsequio de bienvenida.

3.7.4. Estrategia 3: Definir canales de comunicación y mejorar los existentes

Al conocer los obstáculos que existen dentro de la institución como confusión en mensajes, exceso de información, falta de prioridad a otorgar a cada tipo de información, desconocimiento de canales para transmitir y recibir información. Es necesario buscar quien maneje los canales y trasmita información a través de estos.

- Como primer punto, es necesario contratar una persona profesional para el manejo de la comunicación interna. Puede ser un estudiante recién egresado o pasante que se encuentre en los últimos semestres de la carrera. Implica un costo un poco elevando; sin embargo, es necesario para mejorar.
- Como segundo punto, se recomienda crear canales y mejorar los que ya existen. Se creará un correo para cada área y uno general. El correo general será para recibir información externa, la cual será reenviada al correo de cada área dependiendo si es útil o no la información. El correo de área será manejado para información específica de la misma y será manejado por cada director de área. Todas las personas del área tendrá el usuario y clave para que entren a revisarlo; sin embargo, el jefe de área será quien lo maneje y comunique a sus compañeros el momento que llegue un correo. Para que este correo sea utilizado correctamente se les capacitará a los empleados de cómo usarlo. Además, se realizarán entrevistas para saber si los mensajes que les están llegando están siendo claros y útiles. También hemos visto que la aplicación Whatsapp es bastante utilizada, sabemos que los empleados específicamente los profesores tienen un grupo y que la utilizan bastante, por eso ahora el Whatsapp será utilizado como un canal oficial. Los mensajes que se envían por este medio no tienen respuesta, por lo cual se va a solicitar a todos los empleados que respondan con un emoji, puede ser el del pulgar arriba, para saber que la información ha sido recibida. Los únicos que podrán transmitir información por este medio será un directivo seleccionado por los profesore o el comunicador/ar para que no haya confusión. Tampoco se permitirán la transmisión de imágenes que no sean correspondientes a temas educativos. Estos dos canales serán los más importantes y serán controlados por el encargado de comunicación.

- El tercer punto para esta estrategia es diseñar papelería corporativa de la cual se encargará el departamento de comunicación junto con los directivos de la empresa. Se realizará un formato estándar para todo tipo de documento escrito para que se tenga claro cómo se debe hacer y siempre mostrando la identidad de la institución.

3.7.5 Matriz del Plan estratégico de comunicación

ESTRATEGIA 1

Definir canales de comunicación y mejorar los ya existentes

Situación actual	Meta	Actividades	Público objetivo	Características	Ubicación - Difusión	Indicadores de verificación	Tiempo de ejecución	Materiales	Presupuesto	Responsable
Según el diagnóstico de comunicación el 43,9% de los empleados dentro de la Unidad Educativa piensan que el clima laboral no es ni bueno ni malo	Lograr que el 100% de los empleados sientan que el ambiente laboral es muy bueno	Taller vivencial	Todos los empleados	Contratar una empresa como Radikal Training para que todos los empleados aprendan liderazgo, trabajo en equipo, generación de estrategias. El taller consiste en dinámicas divertidas	En la institución	Contrato Facturación	Se realizará la capacitación solo un día, el 20 de agosto del 2019	-	\$1000	Capacitador
		Reuniones con cada uno de los empleados	Todos los empleados	Se realizará una reunión con cada uno de los empleados para que comenten como se siente en la institución, den opiniones y sean felicitados por su trabajo para subir la motivación	En la institución	Cuántos empleados asisten a las reuniones	Media hora cada empleado. Se realizará desde el 19 de agosto del 2019. Inicio de un nuevo año lectivo	-	\$0,00	Experto de comunicación interna

		Actividad “Yo aprendo de ti”	Todos los empleados	Actividad “Yo aprendo de ti” un viernes al mes un empleado enseñará a sus compañeros lo que más le guste hacer. Por ejemplo: pueden enseñar alguna receta, alguna manualidad, pueden enseñar hobbies, entre otras cosas.	En la institución	Número de asistentes a la actividad	Último viernes de cada mes del nuevo año lectivo 2019 - 2020 Cada empleado tiene una hora para la presentación	-	\$0,00	Experto de comunicación interna
		Actividad “Moviendo el cuerpito”	Todos los empleados	Actividad “Moviendo el cuerpito” el segundo viernes del mes los empleados realizarán actividades deportivas. Se crearán equipos de baloncesto, fútbol, competencia de natación, bailoterapia, natación, entre otros.	En la institución	Número de asistentes a la actividad	Segundo viernes de cada mes del nuevo año lectivo 2019 - 2020	Pelotas de diferentes deportes	Pago extra al profesor de educación física \$20 x5 meses = \$100	Profesores de Educación física

		Actividad “Healthy snack”	Todos los empleados	Actividad “Healthysnack se realizará una vez al mes, todo el personal traerán comida saludable para compartir con todos los profesores. La enfermera de la institución se encargará de comentar el valor nutricional de los alimentos.	En la institución	Número de asistentes a la actividad	Cada dos meses en todo el año lectivo 2019-2020	-	\$0,00	Experto de comunicación interna y enfermera
		Crear un boletín	Todos los empleados	Dentro del boletín irán noticias sobre la Unidad Educativa, artículos que sean afines al tema de educación, cumpleaños del mes, perfil de un empleado y entretenimiento	En la institución	60 boletines impresos	Se entregará cada dos meses, iniciando el año lectivo 2019 – 2020	Papel couché Encuadernación Illustrator InDesign Impresiones	Papel couché \$2 Encuadernación \$2 Impresiones a color \$4 Total: 8 dólares por cada boletín X 60 empleados = 60 dólares cada dos meses	Experto de comunicación interna

ESTRATEGIA 2

Consolidar una cultura organizacional fuerte dentro de la institución

Situación actual	Meta	Actividades	Público objetivo	Características	Ubicación - Difusión	Indicadores de verificación	Tiempo de ejecución	Materiales	Presupuesto	Responsable
Al realizar el diagnóstico de comunicación se comprueba que solo el 9% de los empleados tienen claro la filosofía de los empleados (misión – visión y valores)	Lograr que el 100% de los empleados tengan claro la filosofía de la empresa	Rediseñar la misión y visión, crear valores institucionales	Todos los empleados	Se realizarán reuniones con todos los empleados, primero para explicar que elementos debe tener la misión y visión y segundo para recoger ideas y que los empleados se sientan parte de la toma de decisiones	En la institución	La misión y visión renovadas Los nuevos valores	Al regreso de vacaciones de los profesores del año 2019-2020	Lugar para reuniones Proyector Hojas	\$0,00	Experto en comunicación interna
		Crear y colocar afiches de la misión y la visión en la Unidad Educativa.	Todos los empleados y estudiantes	Crear 6 afiches llamativos de medida A2	En la institución	La misión, visión, valores colocados en las paredes de la institución	Colocarlos durante el inicio del nuevo año lectivo 2019-2020	Papel cinta Impresiones a color Computadora Illustrator	Papel cinta \$3x 6 = \$18 Impresión a color A3 \$2x6 = \$12 Total= \$30	Experto en comunicación interna
		Colocar la misión y la visión de fondo de pantalla	Todos los empleados y estudiantes	El diseño del afiche se pondrá de fondo de pantalla	En la institución	La misión, visión, valores colocados como protector de pantalla	Colocarlos durante el inicio del nuevo año lectivo 2019-2020	Afiche en digital Computadoras	\$0,00	Ingeniero en sistemas de la Unidad Educativa

		Concurso para representar la misión, visión y valores	Todos los empleados y estudiantes	Cada grado, desde segundo de básica, creará una representación de la misión, visión y valores. Pueden dramatizar, bailar, cantar o recitar	En la institución	Día de la presentación de los concursantes Número de asistentes al concurso	A mitad del año lectivo 2019-2020	Coliseo Premios	Primer premio: Salida al parque Metropolitano \$50 Segundo premio: Pizza: \$30,00 Tercer lugar: libre las dos últimas horas del viernes Total=\$80	Tutores y alumnos
Al realizar el diagnóstico de comunicación se comprueba que los empleados creen que es buena la incorporación laboral, pero es importante que sea muy buena para facilitar la adaptación, vínculo y confianza hacia la empresa.	Lograr que todo empleado nuevo que entre a trabajar a la institución se sienta bienvenido	Tour de bienvenida	Todos los empleados	Cada que llegue un nuevo empleado se le hará un tour de bienvenida, se le llevará a conocer todas las instalaciones, se presentará a todos los empleados y se le dará un pequeño obsequio de bienvenida	En la institución	Número de empleados nuevos que reciben el tour y el obsequio de bienvenida	Empezar al inicio del nuevo año lectivo (agosto 2019)	Obsequio de bienvenida	Obsequio \$5 (el total depende de cuántos empleados nuevos inicien el nuevo año lectivo)	Persona designada

		Manual de bienvenida	Todos los empleados	El manual de bienvenida estará formado por historia de la institución, logros, directores del colegio, filosofía, normativas, canales de la empresa, contactos.	En la institución	Número de empleados que reciban el manual de bienvenida	Crear al inicio del nuevo año lectivo (agosto 2019)	Computadora InDesing Illustrator Impresiones Papel couché Encuadernado	Impresión a color: \$4 Papel couché: \$2 Encuadernado : \$2 Total: \$8 por cada manual	Experto en comunicación interna
--	--	----------------------	---------------------	---	-------------------	---	---	---	---	---------------------------------

ESTRATEGIA 3

Definir canales de comunicación y mejorar los ya existentes

Situación actual	Meta	Actividades	Público objetivo	Características	Ubicación - Difusión	Indicadores de verificación	Tiempo de ejecución	Materiales	Presupuesto	Responsable
La Unidad Educativa Julio Verne no cuenta con área de comunicación, por lo tanto no existe quien se encargue de manejar la comunicación interna	Contratar una persona con los conocimientos necesarios para manejar la comunicación interna	Contratar un pasante o estudiante recién egresado	Todos los empleados	Se debe contratar a una persona que ayude a manejar la comunicación interna	En la institución	Contrato	Seis meses de un año lectivo que nos permita ver si existen o no mejoras (mes de inicio agosto 2019)	Hoja de contrato	\$125,00 mensuales por seis meses, más beneficios del colegio y de ley	Dueña de la Unidad Educativa
Los empleados de la Unidad Educativa no tienen claro cuáles son los canales de comunicación y no saben darles un uso correcto	Crear nuevos canales de comunicación y mejorar los antiguos	Crear un correo para cada área y uno general	Todos los empleados	El correo general será para recibir información externa, la cual será reenviada al correo de cada área dependiendo si es útil o no la información. El correo de área será manejado para información específica de	En la institución	La creación del correo general y los correos de área	Al inicio del nuevo año lectivo (agosto 2019)	Computadora	\$0,00	Ingeniero en sistemas (creación de los correos) Manejo del correo general (experto en comunicación) Manejo del correo de cada área (jefe de cada área)

				la misma y será manejado por cada director de área.					-	
		Realizar una capacitación sobre el uso del correo general y de área	Profesores y administrativos	Se realizará un capacitación de una hora por 3 días para que los empleados aprendan cómo usarlo	En la institución	Número de asistentes a la capacitación	El 22 de agosto de 2019	Proyector Computadoras Sala de reunión Diapositivas	\$150,00	Profesora de computación y experto en comunicación
		Mejorar el uso de Whatsapp	Profesores y administrativos	El Whatsapp se va a manejar como un canal formal	En la institución	Número de personas que acatan el uso formal de whatsapp	Al inicio del nuevo año lectivo 2019-2020	Celular Whatsapp	\$0,00	Experto en comunicación
Según el análisis del diagnóstico la cultura corporativa La Unidad Educativa	Conseguir que el 100% de los empleados utilicen la papelería corporativa	Diseñar papelería corporativa	Profesores y administrativos	Se realizará un formato estándar para todo tipo de documento escrito para que se tenga claro cómo se	En la institución	Observar si los empleados utilizan la papelería corporativa y el formato establecido	Al inicio del nuevo año lectivo 2018-2019	Computadora InDesign Illustrator	\$0,00	Experto en comunicación

no tiene establecido una papelería corporativa				debe hacer y que muestre la identidad de la institución.		en los documentos que emitan				
--	--	--	--	--	--	------------------------------	--	--	--	--

3.8. Referencias bibliográficas

- (s.f.).
- Andrade, H. (1991). *La comunicación en las organizaciones*. México: Trillas .
- Andrade, H. (2005). *Comunicación Organizacional Interna: proceso, disciplina y técnica*. España: Gesbiblo.
- Andrade, H. (2005). *Comunicación organizacional interna: proceso, disciplina y técnica* . España: Gesbiblo, S. L.
- Andrade, R. (3 de Enero de 2014). *Celpax*. Recuperado el 22 de julio de 2017, de <http://www.celpax.com/es/que-es-el-compromiso/>
- Anónimo. (2013). *Significados*. Obtenido de <https://www.significados.com/axiomas-de-la-comunicacion/>
- Baccalaureate, I. (s.f). *International Baccalaureate*. Recuperado el junio de 2017, de <http://www.ibo.org/es/about-the-ib/>
- Brandolini , A., & González, M. (2009). *Comunicación interna*. Argentina: Editorial Dircom.
- Brunet, L. (2011). *El clima de trabajo en las organizaciones* . México : Trillas .
- Cabrera, G. (1999). Clima Organizacional de las empresas chilenas . *Revista de Psicología social e institucional*, 1 - 19.
- Castillo, N. (s.f). *Scribd*. Recuperado el 4 de diciembre de 2017, de <https://es.scribd.com/doc/87380628/06-Prieto-Castillo-Elementos-fundamentales-de-un-proceso-de-comunicacion>
- Castro, A. D. (2014). *Comunicación Organizacional: Técnicas y estrategias*. Colombia: Universidad del Norte .
- Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. McGraw-Hill Interamericana.
- Collado, F. (1999). *La comunicación en las organizaciones*. México: Editorial Trillas.
- Cuadra, A., & Veloso , C. (2007). Liderazgo, Clima y Satisfacción Laboral en las Organizaciones. *Universum*, https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-23762007000200004.
- Cuandra, A., & Constanza, V. (2007). Liderazgo, Clima y Satisfacción Laboral en las Organizaciones. *Universum*, 40 - 56.
- Ecured. (s.f). *Canal de COmunicación* . Obtenido de https://www.ecured.cu/Canal_de_CoMunicaci%C3%B3n
- Fernández Collado, C. (1997). México. Recuperado el 2017, de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2011a/895/Comunicacion%20Interna.htm>
- Fernández Collado, C. (1997). *La Comunicación en las Organizaciones*. Editorial Trillas: México.
- Forehand, A., & Gilmer , B. (1964). *Environmental Variation in studies of organizational behavior*. *Psychological Bulletin*.
- Gabriela. (2008). *La planificación de la comunciación organizacional*. Barcelona: Servei.

- García, G. (26 de noviembre de 2007). *Unicauca* . Recuperado el 20 de enero de 2018, de Clima Organizacional: Hacia un nuevo modelo: http://www.unicauca.edu.co/porik_an/imagenes_3noanteriores/No.12porikan/articulo6.pdf
- Garrido, F. (23 de marzo de 2016). *ResearchGates*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/31735796_Comunicacion_estrategica_FJ_Garrido_M
- Garrido, F. J. (2004). *Comunicación estratégica*. España: Gestión 2000.
- Guerri, M. (2015). *Psicoactiva*. Recuperado el 25 de enero de 2018, de Paul Watzlawick y sus 5 axiomas de la comunicación: <https://www.psicoactiva.com/blog/paul-watzlawick-5-axiomas-comunicacion/>
- Guerri, M. (2015). *Psicoactiva*. Obtenido de <https://www.psicoactiva.com/blog/paul-watzlawick-5-axiomas-comunicacion/>
- Hispanoamericano, D. (2007). *Torre de Babel*. Obtenido de <http://www.e-torredebabel.com/Enciclopedia-Hispano-Americana/V2/axioma-filosofia-D-E-H-A.htm>
- Hispano-Americano, D. (11 de noviembre de 2017). *Torre de Babel* . Recuperado el 24 de enero de 2018, de <http://www.e-torredebabel.com/Enciclopedia-Hispano-Americana/V2/axioma-filosofia-D-E-H-A.htm>
- Hodgetts, R., & Altman, S. (1985). *Comportamiento en las organizaciones* . México .
- Hulin, C., & Judge, T. (2003). *Handbook of Psychology* . Kindle .
- Hulin, C., & Judge, T. (s.f.). Jobs Attitudes. *Handbook of Psychology*, 255-276.
- Ineval. (2012). *Ineval*. Recuperado el 2017, de <http://www.evaluacion.gob.ec/ser-bachiller/>
- Katz, & Kahn. (1990). *Psicología Social de las organizaciones*. México: Trillas.
- Kreps, G. (1990). *La comunicación en las organizaciones*. Addison Weasley Iberoamerica.
- Kreps, G. (1990). *Organizational Communication*. New York: Longman.
- Lite del Pozo, M. (1997). *Cultura empresarial y comunicación interna: su influencia en la gestión estratégica*. Fragua.
- Madera, P. (2008). *Monografías.com*. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos14/paul/paul.shtml#pato>
- Maisch, E. (2004). Pautas metodológicas para al realización de estudios de clima organizacional. *Gestión en el tercer milenio*, 35 - 38.
- Martínez de Velasco, A., Nosnik, A., & Vargas, V. (1998). Comunicación horizontal, informal y rumor. *Comunicación y rumor*, 55-83.
- Meza. (s.f.). *Catarina* . Obtenido de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/meza_b_fd/capitulo2.pdf
- Morales, F. (2001). *Dirección de comunicación empresarial e institucional*. Barcelona: Gestión 2000.
- Morales, F. (2001). *Dirección de comunicación empresarial e institucional* . Gestión.
- Mucarsel, L. (21 de marzo de 2017). Licenciada. (K. Rojas, Entrevistador)
- Naranjo , J., Martínez , D., Nieves, C., & Gómez , R. (2011). *ACCIONES COMUNICATIVAS PARA FORTALECER LA COMUNICACIÓN INTERNA DE LOS CUADROS EN LA FORMACIÓN Y DESARROLLO DE LAS RESERVAS DE*

- EMPRESA AZUCARERA COLOMBIA*. Obtenido de Eumed.net :
<http://www.eumed.net/libros-gratis/2011a/895/ACCIONES%20COMUNICATIVAS%20PARA%20FORTALECER%20LA%20COMUNICACION%20INTERNA%20DE%20LOS%20CUADROS%20EN%20LA%20FORMACION%20INTRODUCCION.htm>
- Navarro, J. (11 de Mayo de 2011). *El Blog Salmón*. Recuperado el 20 de enero de 2018, de ¿Qué es la teoría de juegos?: <https://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/que-es-la-teoria-de-juegos>
- Nosnik, A. (1995). *Curso de Comunicación organizacional: La planeación y gestión efectiva de sus procesos* . México D.F: Mimeo .
- Nosnik, A. (1995). *Curso de Comunicación Organizacional: La planeación y gestión efectiva de su proceso*. México : Mimeo .
- Pacheco, F. (2017). *Gestión Estratégica* . Quito .
- Pérez, R. A. (2001). *Estrategias de comunicación*. España : Ariel .
- Prieto, D. (1990). *Diagnóstico de Comunicación: mensajes, instituciones, comunidades* . Quito: Quipus.
- Puente, R. y. (4 de noviembre de 2016). Los colegios más caros en Quito no obtienen la mejor nota. *Comercio* , pág. 2.
- Quispe, L. (s.f). *Scribd*. Recuperado el 2 de febrero de 2018, de <https://es.scribd.com/doc/95073629/Caracteristicas-del-Clima-Organizacional>
- RAE. (s.f). *Definición.De*. Obtenido de <http://definicion.de/patologia/>
- Ramos, D. (2012). El clima organizacional, definición, teoría, dimensiones y modelos de abordaje . *Disertación* . Colombia .
- Rebecca. (3 de Enero de 2014). *Celpax*. Recuperado el 20 de enero de 2018, de ¿Qué es el compromiso laboral?: <http://www.celpax.com/es/author/rebecca/>
- Retórica. (s.f). *Retórica*. Recuperado el 4 de diciembre de 2017
- Rodríguez, D. (2001). *Diagnóstico Organizacional*. México : Alfaomega .
- Rodríguez, D. (2001). *Diagnóstico Organizacional* . México : Alfaomega .
- Rogers, E. (1980). *La comunicación en la organizaciones* . México: McGrawHill.
- Rogers, R. (1980). *La comunicación en las organizaciones*. México D.F : McGraw- Hill
- Saladrigas, H. (2003). El corporate y la publicidad en Cuba]: una experiencia singular. Cuba.
- Santamaria, S. (2008). *Monografías.com*. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos13/organi/organi.shtml#ixzz4jsvNNSzU>
- Soria, R. (22 de Julio de 2008). Comunicación organizacional: un modelo aplicable a la microempresa. *Dialnet*, 9 - 26. Recuperado el 12 de enero de 2018, de Comunicación organizacional: un modelo aplicable a la microempresa: [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-ComunicacionOrganizacionalUnModeloAplicableALaMicr-3990506%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-ComunicacionOrganizacionalUnModeloAplicableALaMicr-3990506%20(1).pdf)
- Soria, R. (S.f). *Eumed.net* . Recuperado el 25 de enero de 2018, de Emprendurismo, cultura, clima y comunicación organizacional y su aplicación a la pequeña y mediana empresa en la Zona Metropolitana de Guadalajara, México: <http://www.eumed.net/libros->

gratis/2008c/432/Los%20publicos%20de%20la%20organizacion%20y%20sus%20necesidades%20de%20comunicacion.htm

Soto, B. (s.f). *gestion.org*.

Soto, B. (s.f). *Gestion.org*. Recuperado el 25 de enero de 2018, de

<https://www.gestion.org/recursos-humanos/4848/cultura-empresarial/>

UCursos. (2012). *U- Curso*. Obtenido de

file:///C:/Users/Kari/Downloads/AXIOMAS_DE_LA_COMUNICACION.pdf

Véliz, F. (2011). *Comunicar: construyendo diálogos estratégicos en 360° para organizaciones del nuevo siglo*. España : Gedisa .

Watzlawick , P., Beavin, J., & Jackson, D. (1985). *Teoría de la comunicación humana*. Barcelona: Herder.

Watzlawick, P. (1989). *Teoría de la Comunicación Humana*. España: Herder.

Zacchetto, V., & Braga, L. (2001). *En medio de la comunicación*. Quito: Abya-Yala.

Zecchetto, V. (2001). *En medio de la comunicación*. Ecuador: Abya-yala.

Anexos

Desarrollo de una Investigación por Encuestas

1. Objetivos de la investigación.

Objetivo General

Realizar una encuesta para conocer el clima laboral de la Unidad Educativa Julio Verne

Objetivos específicos

1. Conocer el clima laboral de la Unidad Educativa Julio Verne.
2. Conocer la cultura y filosofía organizacional de la Unidad Educativa Julio Verne.
3. Conocer los canales y flujos de comunicación.
4. Conocer cómo es la comunicación para plantear estrategias.
5. Determinar las características demográficas de los colaboradores.

2. Definición de fuentes de datos y necesidades de información.

Objetivos específicos	Necesidades de Información	Diseño de la Investigación	Fuente de Datos	Herramienta
Conocer el clima laboral de la Unidad Educativa Julio Verne	-Reconocimientos y estima -Relación con su jefe inmediato -Toma de decisiones -Autonomía -Colaboración entre los compañeros -Conflictos -Innovación	Concluyente descriptiva	Primaria	Encuesta
Conocer la cultura y filosofía organizacional de la Unidad Educativa Julio Verne	-Conocimiento de la misión, visión y valores de la empresa -Conocer si existe inducción a los nuevos empleados	Concluyente descriptiva	Primaria	Encuesta

Conocer los canales y flujos de comunicación	-Medios de comunicación más frecuente que se usan dentro de la institución -Tipos de flujos de información. -Canales de comunicación -Obstáculos en los mensajes -Los mensajes de comunicación son útiles	Concluyente descriptiva	Primaria	Encuesta
Conocer cómo es la comunicación para plantear estrategias	-La comunicación interna es planificada -Satisfacción con la comunicación interna -Existe un área especializada en comunicación interna -Manejo de la comunicación es vertical o horizontal	Concluyente descriptiva	Primaria	Encuesta
Determinar las características demográficas de los colaboradores	-Edad -Nivel en el trabajo -Años de trabajo	Concluyente descriptiva	Primaria	Encuesta

3. Procedimiento de recolección de datos.

Necesidades de Información	Contenido de la pregunta	Formato de la Pregunta	Redacción de la pregunta	Orden de la pregunta
Reconocimiento y estima	Motivación	Cerrada opción múltiple	1. Me siento estimada y he recibido reconocimientos	1

			<p>por parte de mi jefe inmediato.</p> <p>a. Siempre ___ b. Casi siempre ___ c. Algunas veces___ d. Casi nunca ___ e. Nunca ___</p> <p>¿Qué tipo de reconocimientos?</p> <p>a. Felicitarle por su trabajo ___ b. Bonos ___ c. Aumento de sueldo ___ d. Ascenso ___</p>	
Relación con su jefe inmediato	Expresar opiniones	Cerrada opción múltiple	<p>2. Me siento libre de expresar mi opinión a mi jefe inmediato.</p> <p>a. Siempre ___ b. Casi siempre___ c. Algunas veces___ d. Casi nunca ___ e. Nunca ___</p>	2
Conocer sobre la toma de decisiones	Se informa sobre la toma de decisiones a los empleados	Cerrada opción múltiple	<p>3. Cuando se toma decisiones dentro de la Unidad Educativa usted me siento informada(o) de las mismas.</p> <p>a. Siempre ___ b. Casi siempre ___ c. Algunas veces___ d. Casi nunca ___ e. Nunca ___</p>	3
	Pueden los empleados dar opinión sobre las decisiones	Cerrada opción múltiple	<p>4. ¿Considera usted que, para la toma de decisiones en la Unidad Educativa Julio</p>	4

			<p>Verne, sus puntos de vista son tomados en cuenta?</p> <p>a. Siempre ___</p> <p>b. Casi siempre ___</p> <p>c. En ocasiones ___</p> <p>d. Casi nunca ___</p> <p>e. Nunca ___</p>	
Conocer si los empleados tienen autonomía	Tiene los empleados autonomía en la institución	Cerrada opción múltiple	<p>5. Siente usted que tiene autonomía en su trabajo.</p> <p>a. Siempre ___</p> <p>b. Casi siempre ___</p> <p>c. Algunas veces___</p> <p>d. Casi nunca ___</p> <p>e. Nunca ___</p>	5
Conocer las colaboración entre empleados	Apoyo entre empleados de la otras áreas	Cerrada de opción múltiple	<p>6. Cuento con la colaboración de las personas de otras áreas.</p> <p>a. Siempre ___</p> <p>b. Casi siempre___</p> <p>c. Algunas veces___</p> <p>d. Casi nunca ___</p> <p>e. Nunca ___</p>	6
	Apoyo entre empleados de la misma área	Cerrada de opción múltiple	<p>7. Cuento con la colaboración de mis compañeros de área.</p> <p>a. Siempre ___</p> <p>b. Casi siempre ___</p> <p>c. Algunas veces___</p> <p>d. Casi nunca ___</p> <p>e. Nunca ___</p>	7
Conocer si en caso de tener conflictos los	Información sobre resolución de conflictos	Cerrada opción múltiple	<p>8. Si tengo algún conflicto en la institución siento</p>	8

empleados son apoyados por su jefe			que puedo pedir ayuda a mi jefe. a. Siempre ___ b. Casi siempre__ c. Algunas veces__ d. Casi nunca ___ e. Nunca ___	
Conocer cómo se siente el empleado dentro de la institución al momento de empezar a trabajar y continuamente.	Cómo se sintió a lo que empezó a trabajar	Cerrada dicotómica	9. Cuando ingresé en la Unidad Educativa Julio Verne me sentí bienvenido(a). a. Sí ___ b. No ___	9
	Cómo se siente trabajando en la Unidad Educativa Verne	Cerrada opción múltiple	10. ¿Cómo calificaría usted el ambiente laboral en el nivel al que pertenece en la Unidad Educativa Julio Verne? a. Muy bueno ___ b. Bueno ___ c. Ni bueno, ni malo ___ d. Malo ___ e. Muy malo ___	10
Conocer si la Unidad Educativa innova	Innovación	Cerrada dicotómica	11. Pienso que la institución innova continuamente en proceso y tecnología. a. Sí ___ b. No ___	11
Conocimiento de la misión, visión y valores	Conocer la misión	Cerrada dicotómica y abierta	12. ¿Sabe cuál es la misión de la Empresa? a. Sí ___ En sus propias palabras cuál es: _____	12

			b. No __	
	Conocer la visión	Cerrada dicotómica y abierta	13. ¿Sabe cuál es la visión de la empresa? a. Sí __ En sus propias palabras cuál es: <hr/> b. No __	13
	Conocer los valores	Cerrada dicotómica y abierta	14. ¿Sabe cuáles son los valores de la Empresa? a. Sí __ Enumere al menos 2 valores: <hr/> b. No __	14
Conocer si los empleados saben sobre cómo marcha la Unidad Educativa Julio Verne	Información de la Unidad Educativa Julio Verne	Cerrada opción múltiple	15. Se me comunica sobre los resultados y marcha de la Unidad Educativa Julio Verne. a. Siempre __ b. Casi siempre __ c. Algunas veces__ d. Casi nunca __ e. Nunca __	15
Conocer sobre el proceso de inducción que recibieron o no	Proceso de inducción	Cerrada dicotómica	16. Al unirme a la Unidad Educativa Julio Verne, recibí inducción sobre el área donde trabaja y la función que realiza. (Si su respuesta es No pase a la pregunta 18) a. Sí __ b. No __	16
Opinión sobre el proceso de inducción	Proceso de inducción	Cerrada opción múltiple	17. ¿Qué opinión tiene usted acerca de la inducción que	17

			<p>recibió cuando ingresó a la Unidad Educativa Julio Verne?</p> <p>a. Muy bueno ___</p> <p>b. Bueno ___</p> <p>c. Ni bueno, ni malo ___</p> <p>d. Malo ___</p> <p>e. Muy malo ___</p>	
Medios de comunicación más frecuentes que se usan dentro de la institución	Medios de comunicación	Cerrada opción múltiple	<p>18. ¿Dentro de su actividad laboral, cuáles son los medios de comunicación que generalmente utiliza?</p> <p>a. Oficios ___</p> <p>b. Memorandos ___</p> <p>c. Teléfono ___</p> <p>d. Voz a voz ___</p> <p>e. E-mail ___</p> <p>f. Redes sociales ___</p> <p>g. Página web ___</p> <p>h. Otros ___</p> <p>(especifique) _____</p>	18
Qué canales de comunicación se utilizan	Canales de comunicación	Cerrada opción múltiple	<p>19. ¿En el trabajo, a través de qué medios se entera de lo que pasa en la Unidad Educativa?</p> <p>a. Memorandos ___</p> <p>b. Cartelera ___</p> <p>c. Por mi jefe ___</p> <p>d. Altoparlante ___</p> <p>e. Página web ___</p> <p>f. Rumores ___</p> <p>g. e-mail ___</p> <p>h. Reuniones departamentales ___</p>	19

			i. Otros (especificar)____	
Qué tipo de información les gustaría recibir a los empleados, por los canales de comunicación	Información	Cerrada opción múltiple	20. ¿Qué tipo de información le gustaría recibir? (Señale las 3 que considere más importante) a. Sobre su puesto de trabajo ____ b. Relacionadas con las políticas y proyectos de la Unidad Educativa Julio Verne ____ c. Noticias de la Unidad Educativa Julio Verne ____ d. Eventos y programas de la Unidad Educativa Julio Verne ____	20
Uso adecuado y frecuente del correo institucional	Correo institucional	Cerrada dicotómica	21. ¿Tiene correo electrónico institucional? (pase a la pregunta 28) a. Sí ____ b. No ____	21
	Correo institucional	Cerrada opción múltiple	22. ¿Con qué frecuencia lo utiliza? a. Siempre ____ b. Casi siempre ____ c. Algunas veces _ d. Casi nunca ____ e. Nunca ____	22
Tipos de flujos de información.	Flujos de información	Cerrada opción múltiple	23. ¿A través de quién recibe la información relacionada con su trabajo?	23

			a. Directivos ____ b. Jefe inmediato_ c. Compañeros de área ____ d. Compañeros de otras áreas ____ e. Medios (cartelera- e-mail) ____ f. Ninguno de los anteriores ____ g. Otra (especifique)____	
Los mensajes que transmite la Unidad Educativa son claros	Claridad de los mensajes	Cerrada opción múltiple	24. ¿Son claros los mensajes que recibe? a. Siempre ____ b. Casi siempre __ c. Algunas veces__ d. Casi nunca ____ e. Nunca ____	24
Obstáculos al recibir mensajes	Mensajes	Cerrada opción múltiple	25. ¿Se encuentra con alguno/s de los siguientes obstáculos a la hora de transmitir información en la Unidad Educativa Julio Verne? (Puede existir más de una respuesta) a. Ausencia de un procedimiento definido ____ b. Exceso de información____ c. Falta de definición de la prioridad a otorgar a cada tipo de	25

			información ____ d. Desconocimiento de los canales idóneos para ello_ e. Otro ____ (Especifique)_____	
Medios por los cuales prefiere enviar información	Canales de comunicación	Cerrada opción múltiple	26. ¿Cuál es el medio de comunicación que usted prefiere para enviar información a sus compañeros de trabajo? a. Voz a voz ____ b. Correo electrónico ____ c. Teléfono ____ d. Cartas ____ e. Otro ____ ¿Cuáles?_____	26
Medios por los cuales prefiere recibir información	Canales de comunicación	Cerrada opción múltiple	27. ¿Qué medio de comunicación prefiere para recibir información? a. Cartelera _____ b. Reuniones _____ c. Cartas _____ d. Memorandos ____ e. Circulares _____ f. Eventos _____ g. Intranet _____ h. Correo electrónico _____ i. Otro (especifique)_____	27
La comunicación interna es planificada	Comunicación interna	Cerrada opción múltiple	28. La comunicación interna en la Unidad Educativa Julio Verne es una	28

			<p>actividad permanente y planificada.</p> <p>a. Siempre ___</p> <p>b. Casi siempre ___</p> <p>c. Algunas veces ___</p> <p>d. Casi nunca ___</p> <p>e. Nunca ___</p>	
Satisfacción con la comunicación interna	Satisfacción	Cerrada opción múltiple	<p>29. ¿Cuál es su grado de satisfacción con comunicación interna?</p> <p>a. Muy satisfecho</p> <p>b. Satisfecho ___</p> <p>c. Poco satisfecho</p> <p>d. Nada satisfecho</p>	29
Existe un área especializada en comunicación interna	Comunicación especializada	Cerrada dicotómica	<p>30. La Unidad Educativa Julio Verne cuenta con un área especializada en comunicación interna.</p> <p>a. Sí ___</p> <p>b. No ___</p>	30
Manejo de la comunicación	Flujo de comunicación	Cerrada opción múltiple	<p>31. ¿De qué manera fluye generalmente la comunicación en la Unidad Educativa Julio Verne?</p> <p>a. Vertical (de mandos altos y medios hacia abajo) ___</p> <p>b. Horizontal (fluye entre los distintos niveles con apertura) ___</p>	31

Edad	Información demográfica	Cerrada de intervalos	32. Edad: a. 18-31 ___ b. 32-45 ___ c. 46 -59 ___ d. 60 - en adelante ___	32
Nivel en el trabajo	Información demográfica	Cerrada opción múltiple	33. Nivel en el trabajo: a. Directivo ___ b. Administrativo_ ___ c. Profesor ___ d. Personal de apoyo ___	33
Tiempo de trabajo	Información demográfica	Cerrada intervalos	34. Años de trabajo: a. 1 - 5 años ___ b. 6 - 10 años ___ c. 11 a 15 años ___ d. 16 a 20 años ___ e. Más de 20 años ___	34

4. Diseño del plan de muestreo

Al ser la población menor a 100 se realizar un censo.

Encuesta

DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN INTERNA ENCUESTA

INTRODUCCIÓN: La presente encuesta tiene como objetivo diagnosticar la comunicación interna de la Unidad Educativa Julio Verne, al tratarse de una encuesta anónima se pide responder con toda franqueza y sinceridad ya que su información ayudará a mejorar la comunicación de la institución, además emprender nuevos planes y estrategias futuras.

CLIMA LABORAL

1. Me siento estimada/o y he recibido reconocimientos por parte de mi jefe inmediato.

- a. Siempre ____
- b. Casi siempre ____
- c. Algunas veces ____
- d. Casi nunca ____
- e. Nunca ____

¿Qué tipo de reconocimientos?

- a. Felicitarle por su trabajo ____
- b. Bonos ____
- c. Aumento de sueldo ____
- d. Ascenso ____

2. Me siento libre de expresar mi opinión a mi jefe inmediato.

- a. Siempre ____
- b. Casi siempre ____
- c. Algunas veces ____
- d. Casi nunca ____
- e. Nunca ____

3. Cuando se toma decisiones dentro de la Unidad Educativa me siento informada(o) de las mismas.

- a. Siempre ____
- b. Casi siempre ____
- c. Algunas veces ____
- d. Casi nunca ____
- e. Nunca ____

4. ¿Considera usted que, para la toma de decisiones en la Unidad Educativa Julio Verne, sus puntos de vista son tomados en cuenta?

- a. Siempre ____
- b. Casi siempre ____

- c. Algunas veces ____
- d. Casi nunca ____
- e. Nunca ____

5. Siente usted que tiene autonomía en su trabajo.

- a. Siempre ____
- b. Casi siempre ____
- c. Algunas veces ____
- d. Casi nunca ____
- e. Nunca ____

6. Cuento con la colaboración de las personas de otras áreas.

- a. Siempre ____
- b. Casi siempre ____
- c. Algunas veces ____
- d. Casi nunca ____
- e. Nunca ____

7. Cuento con la colaboración de mis compañeros de área.

- a. Siempre ____
- b. Casi siempre ____
- c. Algunas veces ____
- d. Casi nunca ____
- e. Nunca ____

8. Si tengo algún conflicto en la institución siento que puedo pedir ayuda a mi jefe.

- a. Siempre ____
- b. Casi siempre ____
- c. Algunas veces ____
- d. Casi nunca ____
- e. Nunca ____

9. Cuando ingresé en la Unidad Educativa Julio Verne me sentí bienvenido(a).

- a. Sí ____
- b. No ____

10. ¿Cómo calificaría usted el ambiente laboral en el nivel al que pertenece en la Unidad Educativa Julio Verne?

- a. Muy bueno ____
- b. Bueno ____
- c. Ni bueno, ni malo ____
- d. Malo ____
- e. Muy malo ____

11. Pienso que la institución innova continuamente en procesos y tecnología.

- a. Sí ____

b. No ____

CULTURA CORPORATIVA:

12. ¿Sabe cuál es la misión de la Empresa?

a. Sí ____

b. No ____

En sus propias palabras cuál es:

13. ¿Sabe cuál es la visión de la empresa?

a. Sí ____

b. No ____

En sus propias palabras cuál es:

14. ¿Sabe cuáles son los valores de la Empresa?

a. Sí ____

b. No ____

Enumere al menos 2 valores: _____

15. Se me comunica sobre los resultados y marcha de la Unidad Educativa Julio Verne.

a. Siempre ____

b. Casi siempre ____

c. Algunas veces ____

d. Casi nunca ____

e. Nunca ____

16. Al unirse a la Unidad Educativa Julio Verne, recibió inducción sobre el área donde trabaja y la función que realiza. (Si su respuesta es No pase a la pregunta 18)

a. Sí ____

b. No ____

17. ¿Qué opinión tiene usted acerca de la inducción que recibió cuando ingresó a la Unidad Educativa Julio Verne?

a. Muy bueno ____

b. Bueno ____

c. Ni bueno, ni malo ____

d. Malo ____

e. Muy malo ____

CANALES Y FLUJOS DE COMUNICACIÓN:

18. ¿Dentro de su actividad laboral, cuáles son los medios de comunicación que generalmente utiliza?

- a. Oficios ____
- b. Memorandos ____
- c. Teléfono ____
- d. Voz a voz ____
- e. E-mail ____
- f. Redes sociales ____
- g. Página web ____
- h. Otros ____ (especifique) _____

19. ¿En el trabajo, a través de qué medios se entera de lo que pasa en la Unidad Educativa?

- a. Memorandos ____
- b. Cartelera ____
- c. Por mi jefe ____
- d. Altoparlante ____
- e. Página web ____
- f. Rumores ____
- g. e-mail ____
- h. Reuniones departamentales ____
- i. Otros ____ (especifique) _____

20. ¿Qué tipo de información me gustaría recibir? (Señale las 3 que considere más importante)

- a. Sobre su puesto de trabajo ____
- b. Relacionadas con las políticas y proyectos de la Unidad Educativa Julio Verne ____
- c. Noticias de la Unidad Educativa Julio Verne ____
- d. Eventos y programas de la Unidad Educativa Julio Verne ____

21. ¿Tiene correo electrónico institucional? (si su pregunta es No pase a la pregunta 26)

- a. Sí ____
- b. No ____

22. ¿Con qué frecuencia lo utiliza?

- a. Siempre ____
- b. Casi siempre ____
- c. Algunas veces ____
- d. Casi nunca ____
- e. Nunca ____

23. ¿A través de quién recibe la información relacionada con su trabajo?

- a. Directivos ____
- b. Jefe inmediato ____
- c. Compañeros de área ____
- d. Compañeros de otras áreas ____
- e. Medios (cartelera- e-mail) ____
- f. Ninguno de los anteriores ____
- g. Otra ____ (especifique) _____

24. ¿Son claros los mensajes que recibe?

- a. Siempre ____
- b. Casi siempre ____
- c. Algunas veces ____
- d. Casi nunca ____
- e. Nunca ____

25. ¿Se encuentra con alguno/s de los siguientes obstáculos a la hora de transmitir información en la Unidad Educativa Julio Verne? (Puede existir más de una respuesta)

- a. Ausencia de un procedimiento definido ____
- b. Exceso de información ____
- c. Falta de definición de la prioridad a otorgar a cada tipo de información ____
- d. Desconocimiento de los canales idóneos para ello ____
- e. Otro ____ (especifique) _____

26. ¿Cuál es el medio de comunicación que usted prefiere para enviar información a sus compañeros de trabajo?

- a. Voz a voz ____
- b. Correo electrónico ____
- c. Teléfono ____
- d. Cartas ____
- e. Otro ____ ¿Cuáles? _____

27. ¿Qué medio de comunicación prefiere para recibir información?

- a. Cartelera ____
- b. Reuniones ____
- c. Cartas ____
- d. Memorandos ____
- e. Circulares ____
- f. Eventos ____
- g. Intranet ____
- h. Correo electrónico ____
- i. Otro ____ (especifique) _____

COMUNICACIÓN

28. La comunicación interna en la Unidad Educativa Julio Verne es una actividad permanente y planificada.

- a. Siempre ____
- b. Casi siempre ____
- c. Algunas veces ____
- d. Casi nunca ____
- e. Nunca ____

29. ¿Cuál es su grado de satisfacción con comunicación interna?

- a. Muy satisfecho ____
- b. Satisfecho ____
- c. Poco satisfecho ____
- d. Nada satisfecho ____

30. La Unidad Educativa Julio Verne cuenta con un área especializada en comunicación interna.

- a. Sí ____
- b. No ____

31. ¿De qué manera fluye generalmente la comunicación en la Unidad Educativa Julio Verne?

- a. Vertical (de mandos altos y medios hacia abajo) ____
- b. Horizontal (fluye entre los distintos niveles con apertura) ____

DATOS GENERALES:

32. Edad:

- a. 18-31 ____
- b. 32-45 ____
- c. 46 -59 ____
- d. 60 - en adelante ____

33. Nivel en el trabajo:

- a. Directivo ____
- b. Administrativo ____
- c. Profesor ____
- d. Personal de apoyo ____

34. Años de trabajo:

- a. 1 - 5 años ____
- b. 6 - 10 años ____
- c. 11 a 15 años ____
- d. 16 a 20 años ____

e. Más de 20 años ____

Muchas gracias por su tiempo, sus respuestas son valiosas.

Transcripción de entrevista

La entrevista se realizó a la licenciada Lourdes Mucarsel, dueña de la Unidad Educativa Julio Verne.

1. Me puede contar sobre la historia del colegio

Yo empecé el colegio cuando me gradué de la universidad en 1989, empecé con un jardín de infantes, una guardería, empecé con 8 niños en octubre. Así fue creciendo, luego tuve otra clase, luego ya por el pedido de los papás creamos el kinder que se llamaba en esa época, que ahora es primero de básica y luego abrimos primer grado que ahora es segundo de básica y luego fuimos subiendo con esos niños hasta llegar a tercero de bachillerato.

2. ¿Qué le incentivo a abrir el colegio?

Bueno yo siempre quise estudiar educación, me gusta mucho el poder ir formado a los niños. Me incentivo el ver a los niños cómo iba avanzando, de pronto salían de mi jardín y se iban a otros colegios y los papás solicitaban mucho que hay una continuidad en el tipo de educación que nosotros estábamos dando, educación bilingüe, trabajábamos con valores tratábamos de dar una educación integral en diferentes áreas y seguir con estos niños para ir creciendo con ellos.

3. ¿Cómo se encuentra actualmente el colegio?

Bueno hemos logrado grandes éxitos, en los dos últimos años hemos estado dentro de los mejores colegios de país, ahora estamos en el número 7 de la ciudad y me parece en el número 54 dentro del país. El nivel académico es bastante alto, el colegio es bilingüe, preparamos para el toefl, nos preparamos para el bachillerato internacional. Por el bachillerato internacional hemos cambiado varias cosas entre esas la misión y la visión, las

cuales fueron cambiadas en septiembre para que vayan acorde a este nuevo cambio.

Realmente los chicos salen súper bien preparados para las universidades y no solo para las universidades yo diría para la vida, salen con buenos valores, bien formados no han tenido dificultades ni en universidades ni en su vida profesional y eso nos da gusto.

4. ¿Qué es el bachillerato internacional?

El bachillerato es una fundación sin fines de lucro que lo que trata es de mejorar la educación a nivel mundial. El bachillerato internacional trata de brindar más herramientas, más oportunidades, brindar técnicas que faciliten a los chicos desarrollarse en diferentes áreas. Hacer chicos más críticos, estudiantes más razonadores, autosuficientes, mirar el mundo de modo más global, más investigativos, lo cual les va a dar mejores resultados tanto en su vida académico como cuando ellos acaben su colegio y tengan que cursar la universidad. De hecho nos fue muy bien en el proceso, fueron dos años de preparación, creo que el personal estuvo bastante comprometido, se hicieron las adecuaciones necesarias en infraestructura, en cuanto a la investigación en la parte académica también se tomaron los cursos sean nacionales e internacionales, se preparó al personal y se hicieron todas las adecuaciones en programas y todo el área incluso de implementación. Vinieron a la verificación ya externa, nos fue yo considero que bastante bien, tenemos los resultados en un mes, mes y medio, pero por lo que nos dieron a entender el colegio ya está preparado para iniciar el bachillerato el año lectivo 2018-2019.

5. Cuáles son las principales características de la Unidad Educativa. ¿Por qué un padre decidiría dejar a sus hijos en esta institución?

Las mayores fortalezas y porque un padre vendría a dejar aquí a su hijo acá. Yo primero pienso que es un colegio con una formación humanística y formación académica muy fuerte. Nosotros nos preocupamos de que el nivel académico tanto en el área de inglés como en la de español sea de excelencia, pero a la vez tratamos de brindarles una educación integral en la formación de valores, en el crecimiento personal y también ir desarrollando el resto de áreas de los chicos, de tal manera que puedan desenvolverse con éxito y puedan tener un nivel óptimo para poder ingresar a una universidad.

6. Hábleme sobre la infraestructura de la Unidad Educativa

Como colegio tenemos 10.500 metros de terreno, que está dividido por áreas la un área es el área deportiva donde tenemos una piscina de 25 metros de largo, temperada, cubierta donde los chicos asisten a natación al menos una vez por semana y en las tardes pueden coger todos los días entrenamiento de natación, lo cual les ayuda no solo en la parte de disciplina deportiva sino en su desarrollo integral, tenemos el coliseo que tiene capacidad para 600 personas donde igual los chicos realizan actividades deportivas y artísticas. Tenemos las canchas de césped sintético de fútbol, cancha de volleyball, dos canchas reglamentarias de baloncesto, tenemos ahora también los terrenos de alado donde tenemos espacios verdes, estamos empezando sembríos con los niños, pensamos también poner cría de animalitos para que ellos vayan viendo también como es el desarrollo de esto, también tenemos un invernadero con riego que es para enseñar a los niños cómo es el proceso de agricultura y que vayan comprometiéndose con la naturaleza. En cuanto a aulas tenemos varios edificios, en un área está el preescolar donde están los niños hasta inicial 1 y 2, están divididos por dos clases en cada sección la una parte es de inglés y la otra en español, tienen una sala de rincones, tienen sus baños y todas las áreas adecuadas para la edad de ellos. Luego está la primaria, cada grado tiene dos paralelos, las aulas fueron adecuadas justamente para educación, tiene las dimensiones necesarias, tienen la luz necesaria, todas las aulas desde preescolar, primaria y secundaria tienen pantallas interactivas, infocus de tal manera que eso ayude en el parte académica. Tenemos dos paralelos como te decía en el área de primaria y secundaria, con todas las implementaciones, lockers, estanterías, computadoras, proyectores, pupitres, mesas, sillas, todo lo que se necesite. A parte de eso también tenemos la biblioteca que se ha implementado para el BI con las dos áreas tiene la parte tecnológica, donde están las computadoras con toda la implementación del bachillerato internacional, está también toda la parte de libros, contamos con alrededor de unos 6.500 libros en la biblioteca, de inglés y de español divididos por áreas, tenemos una persona que está encargada de la biblioteca todo el día y otra persona de la parte tecnológica. Tenemos la sal de computo también donde básicamente ahora se trabaja proyectos de todas las materias, tenemos laboratorio de física, química, biología y matemáticas. Que más te puedo decir, tenemos enfermería, esta una paramédica todo el tiempo, donde pueden los chicos asistir de ser necesario y dentro de la infraestructura esta también considerado toda las oficinas,

coordinaciones, salas de profesores, oficinas, rectorado, vicerrectorado, administrativos, recepción de padres.

7. Qué hace cada público dentro de la institución

Cada persona tiene su perfil, tiene su trabajo que realizar de acuerdo al puesto en el que están. El rectorado se encarga más de la parte ministerial, todo lo que son papeles, ministerios, ver que todo esté en orden, reglamentación con el ministerio, es más del colegio al ministerio, la parte interna y externa, relación del colegio con ministerios y todo eso. Obviamente velar que todo esté en orden en el colegio. El vicerrectorado en cambio se dedica más a toda la parte académica, entonces vicerrectorado tiene que hacer reuniones con todos los coordinadores de cada área, tiene que ver que se cumple todas las planificaciones, que se cumpla toda la parte de programación, que tenga por escrito y que se ejecute. Tiene que verificar exámenes quimestrales, parciales, notas, que se cumplan las rúbricas. El DC es el encargado de velar por el desarrollo, por la estabilidad emocional de los chicos, como en el ámbito emocional. En el DC tenemos tres personas, la una persona está a cargo de todo lo que es admisiones, la otra persona está a cargo, bueno hicimos un cambio la otra persona está a cargo de preescolar y primaria y la otra persona está a cargo de secundaria. Tenemos coordinadores en cada área, tenemos coordinación de matemáticas, coordinación lengua, coordinación de sociales, así de cada área, ellos se encargan de dirigir al personal en las materias que tienen asignado cada uno en su área y ellos reportan a vicerrectorado. Los profesores, bueno tenemos un tutor para cada clase, el tutor se encarga de velar porque cada niño de su grado este bien tanto en la parte académica como en la parte emocional y transmitir a los padres o a las autoridades cualquier cosa que hubiera del niño. Los profesores obviamente tienen que dedicarse a dictar su materia, pero nosotros tratamos también de que los profesores estén pendientes de cómo están los niños. Las auxiliares ayudan en las cosas que sean necesarias sobre todo en preescolar, les llevan a los niños al baño, les ayudan en la alimentación, ayudan a los profesores en las aulas. Algo que me olvidé de decir en infraestructura, todo el colegio está camarizado dentro y fuera de las aulas por seguridad de los niños. Como personal tenemos el personal de servicio de apoyo que nos ayuda en todo lo que es limpieza, mantenimiento del local, todo lo que también es trámites del colegio, mensajería. Secretaría nos ayuda en todo lo que es recepción, en todo lo que es comunicación escrita, todos lo que son emails, archivos.

Entrevistador: Las personas de secretaría se encargan de todo lo que es comunicación

La comunicación, o sea depende. Ellos lo que hace es que después de que las autoridades hayan firmado una comunicación, una circular o lo que sea, ellos lo que hacen es enviar a los padres, a los profesores y a los padres, a quien sea necesario, pero sobre todo a los padres. Contestan el teléfono, reciben a padres de familia, agendar citas.

8. ¿Quién se encarga de la comunicación?

Bueno básicamente de la comunicación, depende, por ejemplo comunicación a los profesores está encargado rectorado y vicerrectorado, ellos hacen por medio de reuniones o por medio de emails, o por medio de Whatsapps se comunica la información a los profesores. Los profesores lo hacen personalmente a rectorado o vicerrectorado.

9. ¿Cuáles son los servicios que ofrece la institución?

Obviamente en la parte académica una educación bilingüe, los chicos reciben 50% inglés y 50% español, con alto nivel académico, les ofrecemos también la parte de deportes, extracurriculares, la parte artística y tratamos de brindarles todo lo que ellos necesitan en todas las áreas, emocional, académica, es una educación integral.