



UNIVERSIDAD
BOLIVARIANA
DEL ECUADOR



UNIVERSIDAD BOLIVARIANA DE ECUADOR

MAESTRÍA EN GESTIÓN EDUCATIVA

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
MAGÍSTER EN GESTIÓN EDUCATIVA**

TEMA

**Gestión de Comunicación Estratégica para fortalecer la Identidad Institucional de la Unidad
Educativa “Pelileo”.**

Autor/es:

**CHILQUINGA MASAQUIZA JAIME DONALDO
UVIDIA ROSERO CARMEN ALICIA**

Tutor/a:

**DRA. LEÓN LÓPEZ PERLA LEONOR
ECUADOR**

Pelileo, 2025



DEDICATORIA

A mi querida y valiente mamá:

Esta tesis es el fruto de tu amor incondicional, tu incansable apoyo y los sacrificios que has hecho a lo largo de mi camino educativo. Tus palabras de aliento, tu perseverancia inquebrantable y tu ejemplo constante han sido el faro que ha guiado cada uno de mis pasos.

Te amo con todo mí ser, y esta tesis es mi humilde manera de expresar mi gratitud por todo lo que has hecho por mí.

Gracias por ser mi inspiración y mi mayor fortaleza.

Carmita

Al culminar esta etapa tan significativa en mi vida académica y profesional, quiero expresar mi más profundo agradecimiento por el apoyo incondicional que me han brindado durante este proceso.

A ti, mi esposa, mi compañera de vida, a mis hijos mi mayor motivación, porque contaba con ustedes en cada paso del camino que hizo que este proceso fuera menos solitario y más significativo.

Gracias por ser mi equipo, mi refugio y mi razón para seguir adelante. Este éxito es tan mío como de ustedes.

Con todo mi amor y gratitud.

Jaime



UNIVERSIDAD
BOLIVARIANA
DEL ECUADOR

AGRADECIMIENTO

Un profundo agradecimiento a la tutora de tesis Dra. León López Perla Leonor, destacada Maestra de la Universidad Bolivariana del Ecuador. Su experiencia, comprensión y paciencia contribuyeron a la culminación de la tesis. Siempre la llevaremos en el corazón por su inquebrantable constancia y ética, profesional, mismo que ha hecho posible culminar con éxito nuestros sueños que se hicieron realidad.

Nuestra eterna gratitud por su inmenso apoyo.

Jaime y Carmita



RESUMEN

La gestión de comunicación estratégica se presenta como un elemento clave para consolidar la identidad institucional de la Unidad Educativa "Pelileo". En este sentido, se busca perfeccionar los procesos comunicativos, tanto internos como externos, con el fin de posicionar a la institución de manera relevante en su entorno educativo, asegurando el reconocimiento de su presencia y valor.

Por consiguiente, las diversas entidades educativas emplean sistemas de comunicación adaptados a sus necesidades, su contexto cultural y su ambiente de trabajo. De esta manera, la Unidad Educativa Pelileo se ajusta a estos principios y requisitos para satisfacer a sus usuarios, con el objetivo de proporcionar servicios educativos de calidad y eficacia, tanto en el ámbito comunitario como en la sociedad en general. En el marco de esta investigación, se ha optado por el uso de una composición de técnicas para la recopilación de información, que abarcará tanto cuestionarios como entrevistas. Por un lado, los sondeos se realizarán a través de un cuestionario virtual, lo que facilitará la recolección eficaz y eficiente de datos cuantitativos de un extenso grupo que abarca a profesores y personal administrativo.

Además, se ha previsto la propuesta de un Manual de comunicación efectivo, que contiene técnicas y acciones para el mejoramiento comunicacional dentro y fuera de la institución.

En relación a las herramientas de comunicación, los alumnos y padres de familia demuestran una preferencia evidente por los medios digitales, en particular WhatsApp. No obstante, también aprecian los medios convencionales como las carteleras. Esta presencia de preferencias señala la necesidad de emplear una mezcla de instrumentos para alcanzar a todos los alumnos y padres de familia que buscan información que satisfaga sus intereses y requerimientos particulares.

Los resultados arrojaron garantizar la accesibilidad a la información y a los canales de comunicación. Esto implica, facilitar el acceso a plataformas digitales, ofrecer materiales en diferentes formatos y organizar eventos que permitan a todos los padres de familia participar, independientemente de sus recursos o conocimientos tecnológicos.

Se concluyó que, al implementar estas acciones, la institución podrá construir una comunicación más efectiva y satisfactoria, fortaleciendo el vínculo comunicacional con las familias y contribuyendo a una mejor identidad institucional educativa.

Palabras clave

Gestión de comunicación, identidad institucional, comunicación interna y externa, diseño de estrategias comunicacionales, servicios educativos.



ABSTRACT

Strategic communication management is presented as a key element to consolidate the institutional identity of the "Pelileo" Educational Unit. In this sense, it seeks to improve communication processes, both internal and external, in order to position the institution in a relevant way in its educational environment, ensuring the recognition of its presence and value.

Consequently, the various educational entities employ communication systems adapted to their needs, cultural context and work environment. In this way, the Pelileo Educational Unit conforms to these principles and requirements to satisfy its users, with the objective of providing quality and effective educational services, both in the community setting and in society in general.

Within the framework of this research, we have opted for the use of a composition of techniques for the collection of information, which will include both questionnaires and interviews. On the one hand, the surveys will be conducted through a virtual questionnaire, which will facilitate the effective and efficient collection of quantitative data from a large group comprising teachers and administrative staff.

In addition, an Effective Communication Manual has been proposed, containing techniques and actions for improving communication within and outside the institution.

In relation to communication tools, students and parents show a clear preference for digital media, particularly WhatsApp. However, they also appreciate conventional media such as billboards. This presence of preferences points to the need to employ a mix of tools to reach all students and parents seeking information that meets their particular interests and requirements.

The results showed that accessibility to information and communication channels should be guaranteed. This implies facilitating access to digital platforms, offering materials in different formats and organizing events that allow all parents to participate, regardless of their resources or technological knowledge.

It was concluded that by implementing these actions, the institution will be able to build a more effective and satisfactory communication, strengthening the communication link with families and contributing to a better educational institutional identity.

Key words:

Communication management, institutional identity, internal and external communication, communication strategy design, educational services.



INDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	20
Presentación y contextualización	20
Justificación del problema	21
Planteamiento del Problema.	22
Precisión del tema.....	22
Objeto de la investigación.	23
Objetivo general.	23
Preguntas de investigación:	23
Declaración de las variables o categorías de la investigación.	23
Objetivos específicos de la investigación.	24
Identificación de los métodos a emplear.	24
Declaración de la población y muestra.	25
Principales aportes.	25
Importancia, necesidad social, novedad y actualidad científica.	26
Descripción breve del contenido de los capítulos que integran el informe del trabajo de titulación.	27
CAPÍTULO 1.....	29
1.1. Marco teórico	29
1.2. Antecedentes históricos y evolutivos de trabajos investigativos respecto a la gestión de comunicación estratégica.....	29
1.3.1. Teorías o modelos, aportes de autores al enfoque teórico-conceptual para el tratamiento del tema.....	33
1.3.2. Modelo de los Cuatro Públicos (Grunig y Hunt)	34
1.3.3. Modelo de la Comunicación Integrada de Marketing (CIM)	34
1.3.4. Gestión de comunicación en las instituciones educativas.....	35
1.3.4.1. Comunicación Interna y Externa	35
1.3.5. Gestión de Comunicación Estratégica	37
2. Variable dependiente: Identidad institucional	37
2.1.1. Identidad	37
2.1.2. Identidad institucional educativa	38

2.1.3. Componentes de la Identidad Institucional Educativa	38
2.1.4. Valores Intangibles.....	40
2.1.4.2. ¿Cómo fortalecer los valores intangibles en una institución?.....	41
2.1.4.3. Importancia de los valores intangibles institucionales	41
2.1.5. Importancia de los Valores en la Educación	42
2.1.6. Cultura organizacional.	42
2.1.7. Cultura organizacional educativa.	43
2.1.7.1. Cultura Organizacional en las Instituciones Educativas de Ecuador:.....	43
2.1.7.2. Importancia de la Cultura Organizacional en las Instituciones Educativas Ecuatorianas.....	43
2.1.7.2. Desafíos y Oportunidades.....	45
2.1.7.3. Imagen	46
2.1.7.4. Principales diferencias entre identidad e imagen institucional educativa	46
2.1.7.4.1. Diferencias	47
2.1.7.4.2. Similitudes.....	47
2.1.8. Bases normativas y legales	48
2.1.8.1. Constitución De la República del Ecuador.	48
2.1.8.2. Derecho a la Educación	48
2.1.8.3. Ley Orgánica Educativa Intercultural:	48
2.1.8.4. Legislación sobre propiedad intelectual:	49
2.1.8.3. Conclusiones parciales	50
CAPITULO II	51
2.1. Metodología	51
2.1.1. Conceptualización y operacionalización de variables y categorías.....	51
2.1.4. Enfoque de la investigación	53
2.1.4.1. El Enfoque: Mixto (cuali-cuatitativo).....	53
2.1.4.2. Alcance de la investigación.....	53
2.1.4.3. Es descriptiva.....	54
2.1.4.4. La investigación no experimental	54
2.1.4.5. Explicativo.....	54
2.1.4.2. Declaración y justificación del tipo de investigación.....	54
2.1.4.2.1. De campo.....	54
2.1.4.2.2. Transversal	54
2.1.4.2.3. Bibliográfico.....	55

2.1.4.3. Métodos empleados y su propósito en el contexto de investigación.....	55
2.1.4.3.1. Instrumentos derivados de la metodología seleccionada.....	55
2.1.5. Delimitación de la Población y Muestra.....	56
2.1.6. Estrategia metodológica investigativa o proceder metodológico general seleccionado en el proceso de investigación.....	57
2.1.6.1. Métodos para recolectar información.....	57
2.1.6.2. Encuesta.....	¡Error! Marcador no definido.
2.1.6.3. Entrevista.....	¡Error! Marcador no definido.
2.1.7. Procedimiento para el análisis e interpretación de resultados.....	¡Error! Marcador no definido.
2.1.8.1. Análisis de Resultados.....	¡Error! Marcador no definido.
2.1.8.2. Directrices para el Análisis de Resultados.....	¡Error! Marcador no definido.
Análisis de la encuesta a docentes.....	¡Error! Marcador no definido.
2.1.8.1.6. Discusión de hallazgos de la encuesta a docentes.....	60
Comunicación externa.....	60
Comunicación interna.....	60
Herramientas tecnológicas y capacitación.....	61
Identidad Institucional, valores y calidad educativa.....	61
Conclusión de la encuesta a docentes.....	61
Encuesta a los estudiantes (Ver anexo 2) Preguntas y Análisis.....	62
2.1.8.1.7.2 Discusión de los hallazgos encontrados en los resultados de la encuesta aplicada a estudiantes.....	64
Conocimiento y Percepción de la Comunicación Institucional.....	64
Canales de Comunicación y Preferencias.....	64
Propuesta para mejorar la comunicación.....	65
Percepción del Ambiente Educativo.....	65
2.1.8.1.7.3 Encuesta a padres Ver anexo 3. Preguntas y análisis.....	66
2.1.8.1.7.5. Discusión de resultados de la encuesta a padres de familia de la Unidad educativa Pelileo.....	68
Canales de comunicación y satisfacción.....	68
Conocimiento institucional y coherencia.....	68
Información académica y sugerencias.....	68
Entrevistas a las autoridades.....	70
2.1.8.1.10. Conclusiones y recomendaciones.....	93



2.1.8.1.10.1. Conclusiones.....	93
2.1.8.1.10.2. Recomendaciones	94
2.1.8.1.11. Bibliografía.....	96
PROPUESTA.....	73
1. Título.....	73
2. Introducción	74
Contexto y justificación	75
2. Objetivos	76
2.1. Objetivo general.....	76
2.2. Objetivos específicos.....	76
2.4. Significación del Manual de Comunicación	76
2.4.1. ¿Qué es un Manual de comunicación?.....	76
2.4.2. ¿Para qué un Manual de Comunicación e identidad institucional?	77
2.5. Determinación de términos.....	77
2.5.1. Comunicación Institucional.....	77
2.5.2. Comunicación efectiva.....	77
2.5.3. Importancia de la Comunicación Efectiva	78
2.6. Comunicación interna	78
2.7. Comunicación externa	78
2.8. Medio y Canal	79
2.9. Los públicos y actores en educación:	79
2.10. Elementos clave de la comunicación	79
2.10.1. Emisor y Receptor.....	79
2.10.2. Mensaje	79
2.10.3. Canal de Comunicación	79
2.10.4. Emisores y receptores.....	80
2.10.4.1. Emisores.....	80
2.10.4.2. Receptores.....	80
2.11. Lineamientos de comunicación.....	80
2.12. Canales de comunicación	81
2.12. 1. Canales de comunicación externa	81
2.12.1.1. Redes sociales de la institución	81
2.12.1.2. Web de la institución	81

2.12.1.3. Correo electrónico de la institución	81
2.12.2. Comunicación Interna	81
2.12.2. 1. Canales de comunicación interna de la Institución	82
2.12. 2.2. Plataforma de gestión docente:.....	82
2.12.2.3. Sitios Informativos.....	82
2.12.2.4. Correo Electrónico de la Institución y las diferentes Áreas de trabajo.....	82
2.12.2.5. Calendario Educativo	82
2.12.2.6. Entrevistas	82
2.12.2.7 Uso del teléfono de la institución.....	83
2.13. Gestión de comunicación de la institución educativa.....	83
2.13.1. Comunicación interna	83
2.13.2. Acciones de comunicación interna.....	83
2.14. Herramientas de comunicación.....	84
2.14.1. Instrumentos para la Gestión Educativa.....	84
2.14.2. Comunicación externa	85
2.14.3. Acciones	85
2.14.4. Recursos.....	85
2.15. Rutas o flujos de Comunicación.....	85
2.15.3. Ejemplos de Flujos Horizontales en una Unidad Educativa:	87
2.15.3.1. Estudiantes:	87
2.15.3.2. Docentes:	87
2.15.3.3. Personal administrativo:.....	88
2.16. Importancia de los Flujos Verticales.....	89
2.17. Flujos Verticales, Ascendentes y Descendentes en la Unidad Educativa	89
2.17.1. Flujo vertical descendente.....	90
2.17.1.1. Directivos a profesores	90
2.17.1.2. Coordinadores a profesores.....	90
2.17.1.3. Profesores a estudiantes.....	90
2.17.2. Características del flujo descendente práctico:	90
2.17.2.1. Comunicación clara y concisa.....	90
2.17.2.2. Consistencia.....	90
2.17.2.3. Participación.....	90
2.17.2.4. Apoyo.....	90



2.18. Flujo vertical ascendente	91
2.18.1. Estudiantes a profesores	91
2.18.2. Profesores a coordinadores	91
2.18.3. Personal a directivos	91
2.18.2. Características del flujo ascendente cierto	91
2.18.2.1. Canales de comunicación abiertos	91
2.18.2.2. Clima de confianza	91
2.18.2.3. Escucha activa	91
2.18.2.4. Retroalimentación constructiva	91
2.19. Evaluación del manual	92
2.19.1. Estrategias evaluativas para el Manual de comunicación	92
2.19.2. Rúbricas de Evaluación	92
2.19.3. Participación activa	92
2.19.4. Disfrute	92
2.19.5. Apreciación cultural	92
2.19.6. Formas de Participación en la evaluación	92
2.19.6.1. Autoevaluación	92
2.19.6.2. Coevaluación	92
2.19.6.3 Heteroevaluación	92
ANEXOS	100



INDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Componentes de la Identidad Institucional Educativa	39
Tabla N° 2: Aspectos de suma importancia en las instituciones educativas ecuatorianas	44
Tabla N° 3: Características de la Cultura Organizacional en las Instituciones Educativas Ecuatorianas	45
Tabla N° 4: Desafíos y oportunidades de las instituciones educativas ecuatorianas	45
Tabla N° 5: Variable independiente: Gestión de comunicación estratégica	51
Tabla N° 6: Variable dependiente: Fortalecimiento de la identidad Institucional	52
Tabla N° 7: Componentes de población de muestra intencionada.....	56
Tabla N° 8: Hallazgos de los resultados de la encuesta a docentes, expresados en porcentajes.	59
Tabla N° 9: Hallazgos importantes de la encuesta aplicada a los estudiantes.....	63
Tabla N° 10: Hallazgos importantes.....	67
Tabla N° 11: Cuadro resumido de las encuestas de los tres grupos.....	69
Tabla N° 12: Características de un Flujo Horizontal Efectivo:	86
Tabla N° 13: Beneficios de Promover Flujos Horizontales:	88



INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N°1: Esquema de Propuesta	74
Gráfico N°2: Rutas o Flujos de Comunicación	85
Gráfico N°3: Organigrama.....	86
Gráfico N°4: Fomento de Flujos Horizontales	88
Gráfico N°5: Flujo vertical efectivo	89



LISTADO DE ANEXOS

Anexo 1. Encuesta a docentes	100
Anexo 2. Encuesta a estudiantes.....	115
Anexo 3. Encuesta a los padres de familia	125
Anexo N°4: Tribunal Proyecto de Titulación.....	¡Error! Marcador no definido.
Anexo N°5: Fotos.....	¡Error! Marcador no definido.



INTRODUCCIÓN

Presentación y contextualización

La gestión de la comunicación estratégica se ha convertido en un pilar fundamental para el éxito de cualquier organización, sea a nivel mundial, nacional, regional y local. Es sabido, que las organizaciones poseen un departamento enfocado en difundir mensajes institucionales de carácter estratégico, con el fin de fomentar los elementos de identidad del organismo de manera efectiva a través de los medios que se incluyan en su plan de comunicación.

Se trata de una disciplina que busca establecer una comunicación coherente, efectiva y persuasiva con los diferentes públicos de interés, como empleados, clientes, inversores, medios de comunicación y la comunidad en general. La concepción estratégica es un ciclo continuo que comienza con el análisis de la situación actual de la organización. El estudio facilita la identificación de amenazas, fortalezas, debilidades y oportunidades. Posteriormente, se procede a la planificación de las acciones futuras, estableciendo metas claras y definidas.

La siguiente etapa es la implementación de la estrategia, que requiere de una ejecución rigurosa y de la asignación de recursos adecuados. Por último, la evaluación de los resultados es fundamental para medir el éxito de la estrategia y realizar los ajustes necesarios. Es decir, se entiende como una forma de expresar a la organización para crear nuevas habilidades competitivas, renovar o fortalecer su presencia en los servicios actuales, rearmar el trabajo de la organización en busca del futuro, o modificar las perspectivas de la acción que se están llevando a cabo para romper con la inercia.

El concepto de estrategia no es fácil de explicar desde una perspectiva teórica ni práctica, ni tampoco se ajusta a un concepto común desde el punto de vista teórico; sin embargo, es ampliamente utilizado en el ámbito organizacional. Este documento debería ser la herramienta de trabajo de los rectores, directores y docentes en su trabajo educativo de corto, mediano y largo plazo; además, la planificación estratégica es el proceso mediante el cual, partiendo de una realidad actual, se puede encontrar el camino para alcanzar el futuro deseado; y que la gestión de la calidad es la nueva forma de pensar sobre la dirección de las instituciones educativas en sus diversos ámbitos, con el fin de alcanzar la excelencia. (Vergara, 2021)

En el caso de la Unidad educativa Pelileo, el propósito es establecer lineamientos que le permita fortalecer sus valores intangibles que destaque en la actualidad, con la implementación de un diseño de gestión de comunicación estratégica para consolidar su identidad institucional, a través de la creación y



ejecución de un procedimiento que sincronice los mensajes, medios y estrategias comunicativas con la filosofía y metas organizacionales.

El reto principal consiste en diseñar tácticas que incluyan a todas las partes interesadas, tanto internas como externas, empleando una variedad de canales para comunicar efectivamente la esencia y los beneficios únicos que ofrece la institución. De este modo, la gestión de comunicación estratégica se establece como un elemento esencial para el crecimiento, la estabilidad y la gestión comunicacional que se convierta en un pilar para el desarrollo y consolidación de la identidad institucional de la Unidad Educativa Pelileo.

Justificación del problema

Este trabajo está orientado, previo diagnóstico, a realizar un diseño de gestión comunicativa estratégica para el fortalecimiento de la identidad institucional de la Unidad Educativa "Pelileo. Esto implica identificar y desarrollar canales de comunicación más adecuados para cada grupo de interés, establecer protocolos claros para la transmisión de información relevante y fomentar una cultura organizacional que valore la comunicación abierta y la colaboración entre todos los miembros de la comunidad educativa.

La carencia de una estrategia de comunicación estructurada en un centro educativo puede desencadenar serias dificultades. La inexistencia de vías de comunicación eficaces podría provocar confusiones entre docentes, alumnado y familias, potencialmente mermando la calidad de la enseñanza al obstaculizar la transmisión de información decisiva. Asimismo, la ausencia de un enfoque comunicativo coherente puede perjudicar la percepción pública del centro educativo, comprometiendo su habilidad para captar y conservar tanto estudiantes como profesionales competentes.

Es importante una identidad institucional sólida, respaldada por una gestión de comunicación eficaz que contribuya significativamente al éxito y la sostenibilidad de la organización; facilitando la diferenciación en un mercado educativo cada vez más competitivo, que seduzca a estudiantes, docentes y colaboradores que se identifiquen con los principios y objetivos de la institución. Además, una comunicación evidente y consistente ayuda a construir confianza y credibilidad, elementos esenciales para el desarrollo de relaciones duraderas con todos los actores internos y externos (stakeholders) en el ámbito educativo, esto se traduce en aquellos que tienen interés directo o indirecto en la educación y su resultado.

Una comunicación adecuada puede estimular la implicación estudiantil, optimizar la sinergia entre el personal y robustecer los vínculos comunitarios; derivando beneficios que aportará en una mayor complacencia general y en logros académicos superiores. Teniendo presente que la gestión comunicativa constituye un proceso dinámico que demanda una evaluación y adaptación constantes para mantener su efectividad en un contexto educativo en perpetua transformación.



Planteamiento del Problema.

En la actualidad, las instituciones educativas se enfrentan a importantes retos en la gestión de su comunicación estratégica. Uno de los principales problemas es la ausencia de un enfoque que integre de manera efectiva la comunicación interna y externa con los públicos de interés. Muchos centros educativos no cuentan con un plan comunicativo bien estructurado que se alinee con sus metas educativas, lo que genera inconsistencias en sus mensajes y una imagen institucional poco definida. Esta falta de coherencia puede afectar negativamente tanto la eficiencia organizativa como la imagen pública de la institución.

El problema que se aborda es la falta de una comunicación institucional efectiva en la Unidad Educativa "Pelileo". Esta carencia se produce por una desconexión entre los diferentes actores educativos, como el personal docente, administrativo, los estudiantes y sus familias, lo que afecta negativamente el funcionamiento general de la institución y el logro de sus objetivos educativos, que susciten una comunicación más abierta, fluida y constante en el contexto educativo de la institución.

En este aspecto, los desafíos son múltiples, pero se analizará lo más significativo que enfrenta la institución educativa, por ejemplo, el uso insuficiente de las TIC en la comunicación institucional no es suficiente y no se aprovecha las ventajas que ofrecen las herramientas digitales, lo que reduce la capacidad de conectarse con los diversos actores educativos y adaptarse a las nuevas formas de comunicación en el entorno digital actual, agudizando la situación por el poco dominio de habilidades digitales entre el personal educativo, lo que dificulta la comunicación y promoción de identidad institucional.

Por último, se ha observado una insuficiencia significativa en los sistemas de evaluación de las estrategias comunicativas y su nivel de efectividad. La institución no cuenta con métodos para medir de forma sistemática la eficacia de sus esfuerzos en comunicación. Esta falta de evaluación impide que la Institución educativa mejore continuamente y adapte sus estrategias a las necesidades cambiantes de del contexto educativo. Como resultado, se restringe la capacidad de esta institución para fortalecer su identidad y lograr sus objetivos organizacionales.

Al abordar el problema mediante un diagnóstico serio eficaz y efectivo del problema de comunicación, se puede plantear un procedimiento tanto teórico y empírico que fortifique la conexión, la eficacia organizacional educativa y la percepción pública de la institución educativa.

Precisión del tema.

La gestión de comunicación estratégica es fundamental para consolidar la identidad de la Unidad Educativa "Pelileo". Este enfoque requiere una planificación cuidadosa que integre principios comunicativos para desarrollar y transmitir una imagen institucional robusta. Es decisivo que la estrategia se sincronice con las metas generales del centro educativo, estableciendo claramente qué se quiere

comunicar, cómo y a quién.

La producción de contenido debe ser informativa, relevante y atractiva, abarcando diversos medios y formatos. Además, es vital supervisar y gestionar proactivamente la percepción pública de la institución. La evaluación continua de estas iniciativas comunicativas es esencial para su optimización. Este planteamiento se inscribe en el marco investigativo de la Universidad Bolivariana del Ecuador y su línea de investigación que reconoce la transformación de la comunicación educativa hacia un modelo más participativo, involucrando a todos los actores del entorno educativo.

Objeto de la investigación.

La investigación tiene el empeño principal de estudiar la gestión de comunicación estratégica en relación con la identidad de la Unidad Educativa Pelileo, para gestionar agilidad y fluidez de la comunicación y el progreso de la imagen institucional. Además, intenta establecer el impacto que tiene el centro educativo en la colectividad educativa interna y externa

Como parte de sus intenciones, la investigación también está el ajuste de espacios de ascenso en la comunicación entre sus miembros que conforman la institución, para finalmente proponer estrategias que permitan el desarrollo de la gestión comunicativa institucional y el afianzamiento de la identidad institucional.

Objetivo general.

Desarrollar un plan de gestión de comunicación estratégica para fortalecer la identidad institucional de la Unidad Educativa "Pelileo", mediante el diseño de canales y mensajes efectivos, con el fin de mejorar la percepción y el reconocimiento de la institución en el contexto educativo de la comunidad.

Preguntas de investigación:

¿Cuáles son las teorías que fundamentan la gestión de comunicación e identidad institucional?

¿Cuáles son los principales desafíos y oportunidades que enfrenta la comunicación institucional, considerando el contexto socioeconómico, cultural y educativo de la comunidad a la que sirve?

¿Cuál es la situación actual de la comunicación en la UE Pelileo con relación a sus canales, mensajes y públicos?

¿Cómo se presenta la identidad institucional en la UE en sus diferentes áreas de estudio?

¿Cuáles son las estrategias para fortalecer la identidad institucional para la Unidad Educativa

Declaración de las variables o categorías de la investigación.

La variable independiente de la investigación es: Gestión de Comunicación, que busca alinear un proceso planificado y sistemático de las acciones comunicativas con los objetivos y valores de la institución educativa.

La variable dependiente es: identidad institucional que implica el diseño, implementación y evaluación de estrategias comunicativas internas y externas para fortalecer la imagen institucional, utilizando diversos canales y herramientas de comunicación para transmitir mensajes clave, fomentar el diálogo y construir una identidad institucional sólida que respalde la misión educativa y promueva el desarrollo integral de la comunidad escolar.

Objetivos específicos de la investigación.

- Sistematizar los fundamentos teóricos de la gestión de comunicación en unidades educativas e identidad institucional.
- Diagnosticar la situación de gestión de comunicación actual en la Unidad Educativa "Pelileo", identificando fortalezas, debilidades y oportunidades, en favor del mejoramiento institucional.
- Analizar la identidad institucional en los grupos de interés internos de la institución
- Diseñar un plan de comunicación y validación, utilizando estrategias analógicas y digitales, para conseguir una comunicación rápida y efectiva.

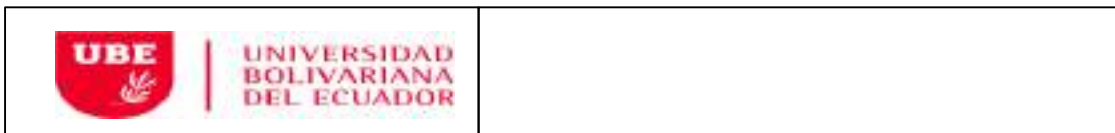
Identificación de los métodos a emplear.

Este tipo de gestión de comunicación estratégico para el fortalecimiento de la identidad institucional de la Unidad Educativa Pelileo se basa en un análisis profundo de las necesidades y desafíos específicos de la institución, así como en la identificación de metas claras y medibles para mejorar su comunicación interna y externa.

La caracterización conceptual de este tema implica comprender que una gestión de comunicación estratégica va más allá de simplemente difundir información. Implica desarrollar una visión clara de la identidad y los valores de la institución, así como establecer una estrategia coherente para comunicar estos aspectos tanto dentro como fuera de la comunidad educativa.

El fortalecimiento de la identidad institucional se refiere a mejorar la imagen y capacidad de la institución para cumplir con su misión y alcanzar sus objetivos. Esto puede implicar mejorar la calidad educativa, fortificar la relación con los estudiantes, padres y personal, así como aumentar la visibilidad y reputación de la institución en la comunidad. En definitiva, la gestión de comunicación implica desarrollar una estrategia integral que mejore la comunicación en todos los niveles de la institución, con el fin de remozar su funcionamiento, su relación con la comunidad y su impacto en la educación de los estudiantes.

Los métodos teóricos, significan el estudio y análisis de teorías relacionadas con la gestión de comunicación estratégica y el robustecimiento de la identidad institucional. Aquí se examinarán diversas teorías de la comunicación: teoría de la comunicación organizacional, teoría de la comunicación estratégica, teoría del marketing educativo, teoría de la comunicación digital, teoría del liderazgo



educativo entre otras, cuyo objetivo sería comprender los fundamentos teorizantes que respaldan la gestión comunicacional y su papel en el fortalecimiento de la imagen institucional de la Unidad Educativa “Pelileo”

Los métodos empíricos, implican la recopilación y el análisis de datos reales relacionados con la gestión de comunicación y el funcionamiento institucional de la Unidad Educativa “Pelileo”. Esto podría incluir encuestas a estudiantes, padres y personal docente y administrativo para comprender las percepciones sobre la comunicación actual y las necesidades de mejora. Además, se podrían realizar entrevistas en profundidad con los líderes de la institución para obtener información detallada sobre los desafíos y oportunidades en términos de comunicación y fortalecimiento institucional. También se podrían analizar documentos internos, como planes estratégicos existentes, informes de desempeño, etc.

Los Métodos estadísticos o matemáticos. Estos métodos se utilizarían para analizar los datos recopilados de manera cuantitativa. Esto podría incluir el uso de software estadístico para realizar análisis descriptivos e inferenciales de los datos de encuestas, como tabulaciones cruzadas, pruebas de hipótesis, análisis de regresión, entre otros.

Estos análisis podrían proporcionar información cuantitativa sobre las relaciones entre variables relevantes, como la calidad de la comunicación y la identidad, la satisfacción de los estudiantes, etc. Los métodos estadísticos ayudarían a respaldar las conclusiones y recomendaciones de la gestión comunicacional y la identidad institucional

Declaración de la población y muestra.

El primer paso en una investigación es identificar la población de estudio, es decir, el grupo completo de elementos que comparten una característica de interés. Así el muestreo es la técnica estadística que permite extraer una submuestra de una población, siguiendo una serie de reglas y procedimientos preestablecidos. De esta manera, se obtiene una representación a menor escala de la población total, facilitando el análisis y la obtención de conclusiones (Otzen & Manterola, 2017)). Para la selección se optó por el muestreo intencionado esta estrategia consiste en tomar los casos agrupados según alguna característica, en este caso, una vez escogidos los estratos, las cuestiones no se escogen de manera aleatoria, sino deliberadamente, conforme a los requerimientos de la indagación. (Patricio, 2020) Así, el universo poblacional para la investigación es la siguiente: Administrativos 3, Docentes 55, Comité Central padres de familia 6, gobierno estudiantil 7. Total de la población 71.

Principales aportes.

El estudio está orientado al análisis exhaustivo de las diferentes estrategias de comunicación que la Unidad Educativa Pelileo puede activar, incluyendo: Comunicación interna: La comunicación con los docentes, el personal administrativo y los estudiantes es esencial para crear un sentido de comunidad y

pertenencia.

La revisión de los canales de comunicación que la Unidad Educativa ha utilizado y que se pueden mejorar, especialmente los canales de comunicación internos como: reuniones, boletines informativos y redes sociales para mantener a sus públicos informados y comprometidos. Comunicación externa: La comunicación con los padres de familia, la comunidad local y otras partes interesadas es fundamental para construir una imagen pública positiva.

Fortalecimiento de la identidad institucional. Gestión de comunicación que podría ayudar a definir y comunicar claramente la identidad y los valores de la institución, lo que fortalecería el sentido de pertenencia y compromiso entre la comunidad educativa. El crecimiento de la relación entre los miembros de la comunidad educativa. Una comunicación más efectiva también puede mejorar la relación entre la institución educativa y los padres de familia, así como con la comunidad en general.

Esto podría traducirse en un mayor apoyo y participación de los padres en la educación de sus hijos, así como en una excelente aceptación de la institución en la comunidad. Optimización de los resultados académicos y el ambiente escolar. Una comunicación efectiva puede contribuir a un mejor clima escolar y a un entorno más propicio para el aprendizaje. Esto puede reflejarse en mejoras en los resultados académicos, así como en una reducción de problemas de disciplina y ausentismo escolar.

Importancia, necesidad social, novedad y actualidad científica.

La comunicación institucional es clave para desarrollar planes que aborden las necesidades del público objetivo. En la Unidad Educativa Pelileo, esto supone una comunicación eficaz con todos los involucrados, para una identidad institucional que abarque los valores y cultura comunicacional, como base de este proceso, de la misma forma la comunicación interna facilita el intercambio de información dentro de la institución, mientras que la externa proyecta la imagen corporativa hacia el exterior. Una gestión comunicativa estratégica bien delineada, asegura que los mensajes sean consistentes y efectivos.

Necesidad social. Dada la importancia de la educación en el desarrollo de una sociedad, cambiar la comunicación en las instituciones educativas es decisivo para garantizar que se cumplan adecuadamente sus funciones sociales. En el ámbito educativo, la gestión de comunicación estratégica ha sido objeto de estudio, desarrollándose métodos específicos para mejorarla tanto interna como externamente, siendo imprescindible la comunicación, para consolidar la identidad institucional, en este caso de la Unidad Educativa Pelileo, que provoque una comunicación eficaz y coordinada en todos los niveles.

Novedad y actualidad científica. Aunque el concepto de comunicación estratégica en el ámbito educativo no es nuevo, su aplicación específica en instituciones como la Unidad Educativa "Pelileo" puede ser

novedosa y relevante. Además, en un mundo cada vez más conectado digitalmente, el papel de la comunicación estratégica en las instituciones educativas sigue siendo de gran actualidad e interés para la investigación académica.

Breve resumen del contenido de los apartados (capítulos) que integran el informe del estudio de titulación.

El capítulo uno, referente al marco teórico o fundamentación teórica de la tesis, es la sección donde se expone y analiza el conjunto de conceptos, teorías y autores que se relacionan con el tema de investigación, cuyo contenido incluye: investigaciones previas, teorías con sus respectivos autores que han demostrado relación positiva. Por ejemplo.

En el contexto educativo actual: la competencia por estudiantes, la disminución de la financiación y la creciente diversidad de los estudiantes. Análisis de los públicos objetivo de la comunicación estratégica: pueden incluir estudiantes, padres de familia, docentes, personal administrativo, miembros de la comunidad local y el gobierno. Descripción de los canales de comunicación que se pueden utilizar: incluyen el sitio web de la escuela, las redes sociales, los boletines informativos, los eventos públicos y las relaciones con los medios de comunicación.

En conclusión, la gestión de la comunicación estratégica es una herramienta esencial para el fortalecimiento de la identidad institucional educativa. Al desarrollar e implementar una estrategia de comunicación las instituciones educativas pueden mejorar sus relaciones con sus stakeholders, promover su imagen pública y alcanzar sus objetivos.

El capítulo dos, sobre la metodología para el desarrollo de la investigación y estudio diagnóstico. Se profundiza en el conocimiento y la explicación detallada de la información obtenida en el diagnóstico. Se interpretan y discuten los resultados de acuerdo con el tipo de investigación realizada, en este caso, tanto cualitativa como cuantitativa. La investigación cualitativa permite recopilar datos de manera transparente, realista y práctica, a la vez que revela las bases de las decisiones, el comportamiento o las motivaciones de los individuos. Por otro lado, la investigación cuantitativa permite generar y categorizar la información a través de gráficos, porcentajes y tablas, facilitando la organización de los datos.

El nivel de estudio es descriptivo, ya que analiza tendencias y presta atención a las situaciones que conducen a clarificar el fenómeno que se investiga a través de las preguntas planteadas. Cabe destacar que este trabajo no formula hipótesis. Asimismo, el estudio es de tipo explicativo, porque permite establecer relaciones entre causas y efectos del problema que se analiza.

En cuanto al lugar, es de campo, porque la investigación se llevará a cabo en el lugar donde ocurren los hechos, permitiendo una observación directa del fenómeno.

Adicionalmente, se empleará la investigación bibliográfica para complementar el análisis, utilizando internet, archivos y documentos existentes en la institución educativa como fuentes de información. Finalmente, la investigación es correlacional, porque busca identificar la relación entre la gestión de la comunicación y los resultados obtenidos para fortalecer la identidad institucional. Resumiendo, este capítulo se centra en un análisis exhaustivo de la información y los resultados de la investigación, utilizando diferentes metodologías y enfoques para comprender a profundidad el fenómeno en cuestión.

Capítulo 3. Análisis de los resultados.

Seguidamente, el capítulo tres se refiere al análisis de resultados, el proceso de examinar información, implica una serie de pasos que incluyen la revisión, depuración y modificación de los datos. El propósito de este procedimiento es destacar los aspectos más relevantes de la información, facilitando así la obtención de conclusiones significativas y proporcionando una base sólida para la toma de decisiones informadas. En esta investigación el objetivo específico tres se propone desarrollar técnicas prácticas que promuevan el desarrollo de la gestión de comunicación y mejorar la identidad institucional de la Unidad Educativa Pelileo,

El análisis de datos sirve como base para crear una guía de comunicación efectiva en diversos formatos, sean: oral, escrito, señalética o impreso. Esta comunicación debe ser clara, veraz, coherente y consistente en su transmisión a terceros. La comunicación evoluciona constantemente, nutriéndose de la información y la tecnología. Las instituciones, incluidas las unidades educativas, adaptan sus sistemas de comunicación a sus necesidades específicas, cultura y ambiente laboral.

El objetivo es satisfacer a los clientes ofreciendo servicios educativos de calidad y eficientes, tanto presencial como virtualmente. La clave del éxito radica en desarrollar sistemas de comunicación simples y claros que permitan una conexión directa y eficaz con la comunidad educativa y aquellos interesados en formar parte de ella.



CAPÍTULO 1.

1.1. Marco teórico

La comunicación ha sido, desde siempre, un elemento intrínseco a la experiencia educativa. Sin embargo, es en las últimas décadas se ha reconocido su papel estratégico en el fortalecimiento de la identidad institucional. En efecto, la forma en que una institución educativa se comunica con sus diversos públicos (estudiantes, docentes, padres de familia, comunidad, etc.) influye directamente en la percepción que estos tienen de ella.

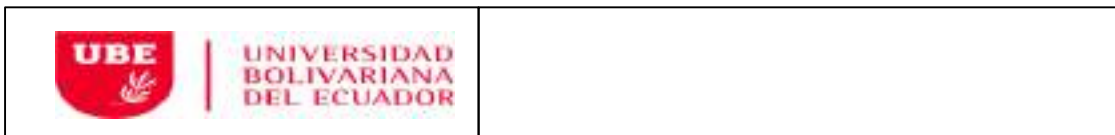
Históricamente, la comunicación en las instituciones educativas se limitaba a canales tradicionales como boletines informativos y eventos escolares. No obstante, con el avance de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), se han abierto nuevas posibilidades para interactuar y construir relaciones más sólidas. De hecho, las redes sociales, los sitios web y otras plataformas digitales han transformado radicalmente la manera en que las unidades educativas, escuelas de EGB y universidades se comunican con sus públicos.

En este sentido, la comunicación estratégica juega un papel fundamental en la construcción y el fortalecimiento de la identidad institucional. A través de una comunicación coherente, clara y persuasiva, las instituciones educativas pueden transmitir sus valores, destacar sus logros y diferenciarse de la competencia. Además, una comunicación efectiva permite generar un sentido de pertenencia en la comunidad educativa y fortalecer los lazos entre sus miembros.

En síntesis, la gestión de la comunicación y la identidad institucional nos muestran la estrecha relación que existe entre ambos conceptos. Por lo tanto, es fundamental que la gestión de comunicación estratégica facilite el conocimiento actual de las necesidades e intereses de comunicación con los públicos internos y externos de la U.E. Pelileo” destacando la identificación del colectivo institucional.

1.2. Antecedentes históricos y evolutivos de trabajos investigativos respecto a la gestión de comunicación estratégica.

La revisión de antecedentes es una etapa fundamental en cualquier proceso de investigación. A través de ella, se establece un diálogo con las investigaciones previas, se delimita el objeto de estudio y se construye un marco teórico sólido. Los antecedentes no solo proporcionan un contexto histórico, sino que también permiten identificar tendencias, metodologías y resultados relevantes para nuestra investigación. Así:



“La comunicación estratégica desde el mercadeo en instituciones educativas” publicado en la Revista CEA, vol. 7, núm. 13, 2021. Instituto Tecnológico Metropolitano, Colombia. Este estudio encontrado a nivel internacional. Analiza las tendencias entre los métodos de comunicación y las tácticas de marketing empleadas en las Instituciones de Educación Superior (IES). el sector privado en Medellín-Antioquia. P. los autores: Grajales-Montoya, Nancy; Gómez-Bayona, Ledy; Coronado-Ríos, Bladim.

Los hallazgos indicaron que se necesitan competencias comunicativas que promuevan la aproximación de las colectividades y eliminen los obstáculos de la distancia, por lo que resulta crucial elaborar estrategias de marketing que estén relacionadas con la planificación organizacional para una toma de decisiones precisa. Concluyeron que las acciones de mercadeo desde la comunicación deben ser más estratégicas e intencionales en los engranajes documentales de las instituciones y, al mismo tiempo, adaptarse a las demandas del sector de producción y de la comunidad para mantener la competencia.

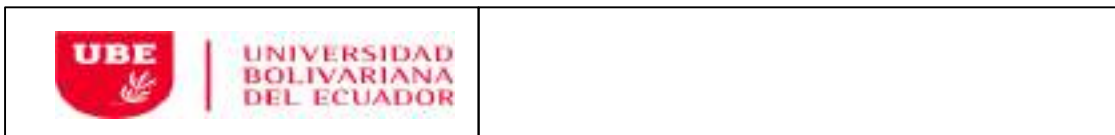
Por otra parte, a nivel nacional se encontró en la Revista científica Sociedad & Tecnología Instituto Tecnológico Superior Jubones. El artículo que hace referencia a la investigación. “Organización Educativa: instrumento principal para la administración de las instituciones educativas” por los autores: Vinces-Sánchez, O. J., Ramírez-Mayón, L. B., & Paladines-Condo, J. J. (2023).

Uno de los descubrimientos más relevantes es que hoy en día, hay deficiencias en la planificación estratégica, lo que impacta de manera adversa en la administración de las instituciones educativas y en la calidad de la educación. Es importante considerar que la planificación educativa influye en las distintas estrategias y acciones que se llevan a cabo en el salón de clases y más allá, transformándose en acciones que se transforman en el hilo conductor del proceso de enseñanza-aprendizaje.

Los autores del mencionado estudio concluyen manifestando que la creación de planes estratégicos efectivos es un desafío para las autoridades escolares. Porque muchos directivos no poseen las habilidades de liderazgo necesarias para organizar actividades académicas y administrativas. Adicionalmente, suelen decidir de manera unilateral, sin tener en cuenta las opiniones del resto de la comunidad educativa. Esto impide que las metas propuestas sean alcanzadas de manera cooperativa.

Siguiendo en este análisis de información previa, también se encontró un trabajo investigativo, publicado en la Revista Sinapsis. Vol 3, Nro 18, diciembre de 2020. El tema: “La comunicación estratégica institucional para el posicionamiento de la imagen a través de las relaciones públicas”. Realizado por Frank Ángel Lemoine Quintero, Lilia Monserrate Villacis Zambrano, Gema Viviana Carvajal Zambrano, Ericka Vanessa Almeida Lino. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Ecuador. Para posicionar la imagen de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí (ULEAM), extensión Bahía de Caráquez.

Se llevó a cabo esa investigación con el propósito de identificar los componentes esenciales en la creación de estrategias de comunicación institucional. Se analizó la percepción de la comunicación



institucional en la comunidad universitaria; se examinaron a los estudiantes, los docentes, el personal administrativo y de servicio; se analizó el tipo de campañas que se utilizan cuando se difunde información a través de los medios de comunicación. Como resultado, se obtuvieron las campañas de mailing. (estrategia de marketing que consiste en enviar correos electrónicos con un contenido que destaca por su diseño y forma alargada, para promocionar los productos y servicios de una marca),

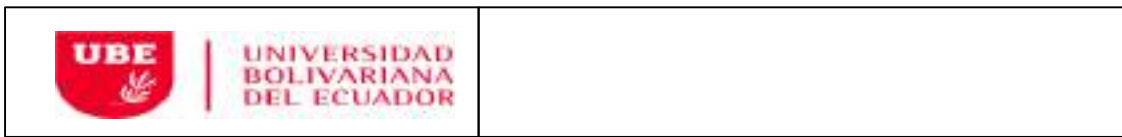
La indagación permitió identificar los elementos clave que contribuyen al éxito de las campañas de comunicación institucional. A partir de este análisis, se elaboró una propuesta estratégica que detalla cómo implementar una estrategia de comunicación efectiva y cómo difundirla a través del canal de correo electrónico. Los autores concluyen que la imagen institucional constituye una variable estratégica de primer orden, capaz de conferir a la organización un mayor protagonismo en su entorno. En un contexto caracterizado por la primacía de las percepciones, el posicionamiento se inicia a nivel interno, repercutiendo posteriormente en el ámbito externo y generando un reconocimiento duradero en el público objetivo.

Otro trabajo con el tema: “La gestión educativa como factor de calidad en las instituciones educativas públicas”, publicado Horizontes Rev. Inv. set. 2022 Epub 08-Sep-2022. Artículo de Investigación difundido en el sitio SCIELO, por sus autores. Madlyn Susana Apaza Chávez y Jorge Leoncio Rivera Muñoz. El objetivo describir la gestión educativa como factor importante para lograr la calidad en la educación.

Los hallazgos evidencian que la gestión del director puede ser vista como poco eficaz.. Los docentes se encuentran desmotivados, muchos de ellos deseando dejar la carrera magisterial, existe una falta de manejo de los conflictos surgidos entre los maestros y los directivos, la falta de consenso para la toma de decisiones, no se fomentan la colaboración en equipo, carecen de lugares donde compartir vivencias y enriquecer la práctica educativa. Igualmente, existe escasa implicación en actividades institucionales, tradiciones y reglas institucionales.

Los autores concluyen que la investigación subraya la relevancia del liderazgo transformacional en el ámbito educativo, destacando la necesidad de que los directores promuevan una visión compartida, fomenten la colaboración entre todos los actores educativos y articulen la institución con su entorno comunitario. Asimismo, destacan las tres dimensiones de la gestión que permiten estudiar el funcionamiento de una Institución Educativa y la calidad, como ajuste a un propósito, busca dar autonomía y empoderamiento al director para lograr los objetivos propuestos.

Por otro lado, desde un enfoque de la profesionalización en comunicación y su gestión en las organizaciones se detalla un estudio más actual publicado por los autores: Gabriela Baquerizo-Neira, Universidad Casa Grande, Guayaquil, Ecuador. Adrián Cordero Redondo, Esic University, Madrid,



España. Ruth Fernández - Hernández, Esic University, Madrid, España. Alejandro Álvarez-Nobell, Universidad de Málaga, Málaga, España y Rodrigo Cisternas-Osorio, Universidad Casa Grande, Guayaquil, Ecuador con el tema: “Interfaz de formación profesional de relaciones públicas. Estudio comparativo” año 2024

Con base en el enfoque que considera al sistema educativo como una interfaz de relaciones, en el que individuos y tecnología interactúan, para explorar el desarrollo de competencias de formación profesional en las Relaciones públicas (RR.PP.). Este estudio compara los programas de posgrado en Relaciones Públicas de Ecuador, España y Argentina, enfocándose en las competencias digitales y empresariales que desarrollan. A través del análisis de planes de estudio, se identificaron las principales tendencias y brechas en la formación de profesionales en este campo.

Los resultados muestran una mayor alineación de los programas españoles y argentinos con las demandas actuales del mercado laboral, mientras que los ecuatorianos presentan un mayor énfasis en las habilidades digitales. Concluyen manifestando en el análisis comparativo, el bajo porcentaje de maestrías en Comunicación orientadas a Relaciones Públicas revela una brecha significativa en la formación de profesionales en este campo. Esta situación limita las oportunidades de desarrollo para los egresados y dificulta el cumplimiento de las demandas actuales del mercado. La comparación entre países muestra que Ecuador presenta un enfoque más tecnológico, mientras que España y Argentina ofrecen una oferta académica más diversificada, lo que sugiere la necesidad de adaptar los programas a las realidades locales.

Finalmente, se presenta un trabajo investigativo que se identifica con el título: “Gestión de Comunicación Interna en Universidades de Ecuador: la mirada de los colaboradores” por los autores: Vanessa Karina Duque-Rengel. Mónica Abendaño, Gusstavo Cusot, Se encuentra publicado en la Revista ComHumanitas, ISSN: 1390-776X Vol. 13, núm. 1 (2022).

La presente investigación, enmarcada en un proyecto mayor sobre comunicación interna en instituciones de educación superior ecuatorianas, tiene como objetivo principal analizar la percepción de los colaboradores respecto a las prácticas de comunicación interna en sus respectivas universidades. En particular, se examina cómo los colaboradores evalúan el mensaje institucional, la comunicación abierta, el clima laboral y el liderazgo institucional.

Los resultados de la investigación indican que existe una percepción positiva entre los colaboradores respecto a la alineación entre los mensajes internos y los valores institucionales. Si bien el formato visual se destaca como el más utilizado, se sugiere explorar la implementación de estrategias narrativas transmedia para enriquecer la experiencia comunicacional. Asimismo, se recomienda regular el uso de WhatsApp como medio de comunicación interna, a fin de evitar la saturación informativa y garantizar un



equilibrio entre la vida laboral y personal.

Los autores concluyen declarando que la investigación revela que los colaboradores universitarios consideran que la modalidad de trabajo híbrida es la más adecuada para el actual contexto, argumentando que esta modalidad ha demostrado ser efectiva en términos de productividad y, además, facilita la conciliación de la vida laboral y familiar.

Para los autores del presente proyecto de investigación estos trabajos analizados ya sea en tesis para obtención de títulos o artículos científicos publicados referentes a la gestión de comunicación en organizaciones, constituyen un panorama claro que conducen no solamente al análisis crítico, sino que también permiten identificar tendencias, metodologías y resultados relevantes para la indagación que se está realizando, por un lado se identifican las contribuciones originales y por otro, responder las preguntas de investigación aún no manifestadas. Lo que se busca es determinar enlaces entre los diferentes estudios, evaluar su calidad metodológica y sintetizar los hallazgos más relevantes, que servirán de guía a la investigación propia que está en proceso.

1.3.1. Teorías o modelos, aportes de autores al enfoque teórico-conceptual para el tratamiento del tema.

La gestión de comunicación estratégica es un nuevo concepto que está en constante evolución, rápidamente se ha convertido en una herramienta importante en la era de la información. Su origen y desarrollo son claves importantes para su comprensión e identificación especialmente en contextos educativos. Las teorías constituyen el cimiento sobre el cual se edifica cualquier investigación. En el marco teórico, estas desempeñan un papel primordial, pues no solo orientan el estudio, sino que también le confieren solidez y significado.

En primer lugar, las teorías actúan como un prisma a través del cual se observa el fenómeno investigado. Es decir, indican qué aspectos son relevantes, cómo se interrelacionan y qué interrogantes deben abordarse. Por lo tanto, guían al investigador en la delimitación del objeto de estudio.

En segundo lugar, las teorías proporcionan una justificación sólida para la investigación. Al enraizar el estudio en conocimientos previos, se evita la mera acumulación de datos y se otorga un propósito claro a la investigación. De esta manera, se establece una conexión entre el trabajo actual y el cuerpo teórico existente.

Finalmente, las teorías permiten interpretar los resultados obtenidos en la investigación. Al contrastar los hallazgos empíricos con las predicciones teóricas, se puede evaluar la validez de las teorías y generar nuevas preguntas de investigación. En este sentido, las teorías son instrumentos dinámicos que evolucionan en función de los nuevos conocimientos.

Dicho de otro modo, las teorías son indispensables para cualquier investigación, ya que proporcionan un marco de referencia, justifican el estudio, orientan la investigación, permiten generar hipótesis e interpretar los resultados. En conclusión, son la fuerza que impulsa el progreso del saber científico.

En esta indagación se abordarán 2 teorías que a continuación se aluden de manera breve:

1.3.2. Modelo de los Cuatro Públicos (Grunig y Hunt)

Este modelo clásico sugiere que una organización debe identificarse y comunicarse efectivamente con cuatro públicos clave:

- Público interno: Docentes, personal administrativo, estudiantes y sus familias.
- Público externo: Comunidad local, empresas, gobierno, medios de comunicación.
- Público mediador: Líderes de opinión, influencers, socios estratégicos.
- Público difuso: Público general, con el que se busca generar una imagen positiva.

Consecuentemente el modelo Enactivo y el de los 4 públicos tienen una relación estrecha complementaria el primero pone énfasis en los públicos; mientras que el segundo se relaciona en la co-creación de significados a través de la interacción entre la institución y sus públicos. En otras palabras, la comunicación no es solo un proceso de transmisión de información, sino una construcción conjunta de sentidos.

Con el fin de fortalecer la identidad institucional, la UE Pelileo debe desarrollar estrategias de comunicación específicas para cada público, por ejemplo, organizando eventos internos para los docentes, realizando campañas de difusión en medios locales para la comunidad, o colaborando con influencers educativos, (persona con capacidad para influir sobre otras, principalmente a través de las redes sociales). A la vez, co-creación que se entiende como la colaboración, en compartir conocimiento y experiencias, en el análisis del conjunto de información y datos para poder contribuir con éxito en el planteamiento de cualquier proyecto.

1.3.3. Modelo de la Comunicación Integrada de Marketing (CIM)

El CIM busca unificar todos los esfuerzos de comunicación de una organización con el objetivo de crear una imagen de marca coherente y sólida. Es decir, todas las comunicaciones, desde la publicidad hasta las relaciones públicas, deben trabajar en conjunto para transmitir un mismo mensaje. La teoría en referencia se complementará con la Nueva Teoría Estratégica (NTE) de la Comunicación NTE enfatiza la importancia de la comunicación como una herramienta para construir relaciones a largo plazo con los públicos. Además de, transmitir información, la comunicación debe generar emociones, construir significados compartidos y fomentar la participación.

En el caso de la UE Pelileo, esto significa que todos los materiales de comunicación, como el sitio web, las redes sociales, los folletos y los eventos, deben reflejar la misma identidad visual y transmitir los mismos valores institucionales a largo plazo.

En resumidas cuentas, cada uno de estos modelos ofrece una perspectiva diferente sobre la gestión estratégica de la comunicación. Sin embargo, todos comparten el objetivo de fortalecer la identidad institucional y construir relaciones sólidas con los públicos. La Unidad Educativa Pelileo puede seleccionar aquellos elementos de cada modelo que mejor se ajusten a sus necesidades y a su contexto particular.

1.3.4. Gestión de comunicación en las instituciones educativas.

Para que una institución educativa prospere, es indispensable cultivar una comunicación abierta y constante entre docentes, estudiantes, familias y personal. Esta comunicación es el cimiento sobre el cual se construyen relaciones sólidas y un ambiente de aprendizaje óptimo.

Para tener más claro lo que significa la gestión de comunicación estratégica en las instituciones educativas, es necesario, examinar cada término y poder tener una visión general. La gestión, en términos generales, se refiere al conjunto de acciones o trámites que facilitan la ejecución de cualquier actividad o el cumplimiento de un deseo. En otras palabras, implica todos los procedimientos necesarios para abordar una situación o llevar a cabo un proyecto.

Ahora bien, la gestión educativa, o gestión escolar, busca fortalecer el desempeño de las unidades educativas, escuelas a través de diversas técnicas, instrumentos y conocimientos para consolidar un buen desarrollo académico del estudiantado. También se puede decir, La gestión se puede definir como el proceso de realizar el trabajo o la tarea necesaria para alcanzar los objetivos de una organización de manera eficiente y eficaz El proceso implica las funciones de la dirección; O sea, planificar, organizar, dotar de personal, dirigir y controlar.

La comunicación es un acto donde intervienen todas las personas con la finalidad de transmitir información valiosa y comprensible. De tal forma, este proceso contiene elementos tales como el comunicador, el mensaje, el medio, el receptor y la retroalimentación. (González Fernández, 2021). La comunicación educativa, tal como la define Ojalvo, es un recurso esencial para promover el desarrollo integral de los estudiantes. Al fomentar la interacción y la construcción de conocimientos compartidos, contribuye a crear ambientes de aprendizajes positivos y motivadores. Además, al involucrar a la familia y la comunidad, enriquece el proceso educativo y favorece la formación de ciudadanos críticos y participativos. (González, Domínguez García, & Reinoso Cápiro, 2020)

1.3.4.1. Comunicación Interna y Externa



La comunicación es mucho más que transmitir información en una organización. Cuando se planifica y se ejecuta de manera estratégica, se convierte en una poderosa herramienta para alcanzar los objetivos empresariales. De ahí que la comunicación es un proceso dinámico y multifacético que va más allá de las simples palabras. No solo implica la habilidad de expresar ideas de manera clara y concisa, sino también la capacidad de escuchar atentamente y comprender los mensajes que otros transmiten. Además de la comunicación verbal, los gestos, las expresiones faciales y el tono de voz, entre otros elementos no verbales, juegan un papel fundamental en la transmisión de significados. De hecho, la comunicación puede manifestarse de diversas formas: verbal, escrita, visual y no verbal, cada una con su propia importancia y utilidad en diferentes contextos.

La comunicación estratégica interna y externa en las instituciones educativas es un proceso planificado y sistemático que busca establecer una interacción efectiva y coherente entre todos los actores involucrados en el proceso educativo: docentes, estudiantes, personal administrativo, padres de familia y comunidad en general. Su objetivo principal es fortalecer la identidad institucional, mejorar la imagen pública, fomentar la colaboración y el trabajo en equipo, y optimizar los procesos de enseñanza-aprendizaje.

Asimismo, es fundamental resaltar la relevancia de la comunicación necesaria. Una comunicación estratégica eficaz en las instituciones educativas no solo permite fortalecer la identidad institucional al transmitir de manera clara y coherente los valores, la misión y la visión, sino que también contribuye significativamente a mejorar la imagen pública, construyendo una reputación sólida ante la comunidad educativa y el público en general.

Asimismo, facilita la interacción y el trabajo en equipo entre todos los miembros de la comunidad educativa, fomentando así la colaboración y generando un ambiente de trabajo más cohesionado. En consecuencia, se optimizan los procesos de enseñanza-aprendizaje, al comunicar de manera efectiva los objetivos educativos, los contenidos y las metodologías utilizadas.

Una comunicación estratégica adecuada en las instituciones educativas no solo permite fortalecer la identidad institucional, transmitiendo de manera clara y coherente los valores, la misión y la visión de la institución, sino que también contribuye a mejorar la imagen pública, construyendo una reputación positiva y sólida ante la comunidad educativa y el público en general. Además, facilita la interacción y el trabajo en equipo entre todos los miembros de la comunidad educativa, fomentando la colaboración.

Por último, optimiza los procesos de enseñanza-aprendizaje, comunicando de manera efectiva los objetivos educativos, los contenidos y las metodologías utilizadas, y permite gestionar crisis de manera oportuna y efectiva. Separando la comunicación interna y externa podríamos decir.

La comunicación interna se refiere a mensajes dirigidos al público interno de la institución, que incluye estudiantes, padres de familia y tutores, autoridades, docentes, personal administrativo y de apoyo. La comunicación interna efectiva fomenta la participación de la comunidad en proyectos compartidos, fortalece la identidad institucional y mejora el clima institucional general.

La comunicación externa, en contraste, se enfoca en establecer vínculos con los interesados externos de la organización. Su propósito es compartir información sobre las actividades de la institución con el público en general. Una percepción positiva de la imagen institucional se construye y se refuerza mediante una comunicación externa efectiva. Además, una comunicación clara y transparente ayuda a resolver conflictos y fomenta un ambiente de confianza recíproca. En definitiva, la comunicación en las organizaciones educativas no solo mejora la gestión interna y externa, sino que también fortalece la calidad de la experiencia educativa en su conjunto. (Machala, 2023)

1.3.5. Gestión de Comunicación Estratégica

Si bien los términos "estratégico" y "estrategia" suelen utilizarse de manera indistinta, existen diferencias sutiles pero importantes entre ambos. Mientras que una estrategia es un plan general diseñado para alcanzar un objetivo a largo plazo, lo estratégico se refiere a las acciones específicas que contribuyen a la implementación de esa estrategia. En este sentido, la comunicación estratégica es un conjunto de acciones destinadas a garantizar que la comunicación se alinea con los objetivos generales de la organización.

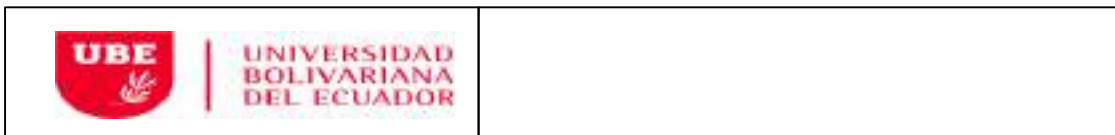
De ahí que, la comunicación estratégica es más que una simple comunicación. Es un instrumento decisivo para la superación de cualquier organismo. Al alinear la comunicación con los objetivos estratégicos, las organizaciones pueden mejorar su imagen, fortalecer sus relaciones con los stakeholders (públicos internos y externos) y, en última instancia, alcanzar un mayor éxito.

La GCE (gestión de comunicación estratégica), no solo permite relacionarnos con los demás, sino que también es el vehículo a través del cual se transmiten conocimientos y valores culturales, enriqueciendo y entendiendo el contexto y fomentar el avance social. Entonces, la gestión de comunicación educativa como una actividad que cumple dos propósitos esenciales: proporciona la información y explicación necesaria para que las personas puedan desempeñar sus tareas y proporcionar motivación, la cooperación y la satisfacción en los cargos que se desempeñan. (González Fernández, 2021).

2. Variable dependiente: Identidad institucional

2.1.1. Identidad

Para tener una comprensión cabal de identidad, es necesario plantear el concepto. La Real Academia Española (RAE) define: Conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracterizan frente a los demás. La identidad viene del latín "identitas". Se refiere al conjunto de rasgos



distintivos de una persona o grupo que los refleja ante el resto, o sea, se puede comprender cómo una persona o grupo se percibe a sí mismo en relación con otros individuos y/o grupos.

Desde la formación de la identidad, los individuos logran diferenciarse del resto, aunque también está vinculada al sentimiento de pertenencia a grupos socioculturales, lo cual contribuye a que se construya una identidad propia. (Educa Edtch Group, s. f.)

Por consiguiente, la identidad es un concepto complejo y multifacético que se refiere a la percepción que tenemos de nosotros mismos y que los demás tienen de nosotros. Es una construcción social y psicológica que se forma a lo largo de la vida a través de nuestras experiencias, interacciones y relaciones con los demás. Hay que señalar que de la identidad puede manifestarse en diferentes niveles: A lo largo de nuestra vida, construimos una identidad compleja y multifacética. Se comienza por propia identidad personal, conformada por rasgos únicos personales individuales. Conforme se interactúa con otros, se desarrolla una identidad social, al pertenecer a diferentes grupos. (Lilibeth, 2024)

Pues bien, la identidad es un pilar fundamental en el desarrollo personal y social, ya que nos guía en diferentes aspectos de nuestra vida. En primer lugar, nos proporciona un sentido de coherencia, ayudando a comprender quién es y su lugar en el mundo. Asimismo, ayuda a conectar con otros, otorgando un sentido de pertenencia que hace sentir ser parte de algo más grande. Además, la identidad influye en las decisiones diarias, sirviendo como una brújula que orienta nuestras elecciones y comportamientos. Finalmente, la identidad es una herramienta de expresión, que permite comunicarnos con los demás y mostrar al mundo quiénes somos.

2.1.2. Identidad institucional educativa

¿Qué es la identidad institucional educativa? La esencia que distingue a una organización de otras entidades; es el conjunto de cualidades, valores, propósitos, historias y expresiones visuales que la definen; transmite su misión al mundo exterior y da a sus miembros un sentido de pertenencia y dirección. La identidad institucional es una combinación única de estilo, personalidad y corazón que la hace distintiva en el mundo; es como la huella digital de una organización. Desde los principios que promueve hasta las historias que narra, así como los colores y el tono con los que habla, todo es beneficioso para una institución. O sea, la identidad institucional educativa es un constructo complejo y dinámico que se manifiesta en todos los aspectos de la vida institucional. Es fundamental que todos los miembros de la comunidad educativa conozcan y compartan los elementos que conforman la identidad institucional, ya que esto contribuye a fortalecer el sentido de pertenencia y a mejorar la calidad educativa.

Representa el conjunto de valores, creencias, principios y prácticas que guían su accionar y la definen en el panorama educativo.

2.1.3. Componentes de la Identidad Institucional Educativa



A continuación, se presenta los principales componentes que conforman la identidad institucional educativa:

Tabla N° 1: Componentes de la Identidad Institucional Educativa

Componentes de la Identidad Institucional Educativa	
Misión y Visión	Misión: Establece la finalidad primordial de la institución, su origen y el efecto que aspira a producir en la sociedad Visión: Es la imagen futura a la que aspira la institución, su estado ideal a largo plazo.
Valores institucionales	Son los principios que guían el comportamiento de todos los miembros de la comunidad educativa y orientan las decisiones y acciones de la institución. Algunos ejemplos comunes son: respeto, responsabilidad, excelencia, solidaridad, inclusión, etc.
Filosofía educativa	Es el conjunto de creencias y principios que sustentan la práctica pedagógica de la institución. Define cómo se concibe el aprendizaje, el papel del docente, el estudiante y la evaluación.
Cultura Organizacional	Se refiere al conjunto de normas, valores, creencias y comportamientos compartidos por los miembros de la institución. La cultura organizacional se manifiesta en el clima laboral, las relaciones interpersonales, los rituales y las tradiciones
Imagen Institucional	Es la percepción que tienen los diferentes públicos (estudiantes, padres, docentes, comunidad) sobre la institución. La imagen corporativa se construye a través de la comunicación visual (logo, colores, tipografía), la comunicación verbal (discurso, mensajes) y las acciones de la institución.
Historia y tradiciones	La historia de una institución educativa es un elemento fundamental de su identidad. Las tradiciones y los hitos históricos contribuyen a forjar un sentido de pertenencia y orgullo entre los miembros de la comunidad educativa.
Proyecto Educativo Institucional	Es un documento que detalla los objetivos, estrategias y acciones que la institución llevará a cabo para alcanzar su misión y visión. El PEI es una herramienta fundamental para la planificación y gestión de la institución.
Modelo Pedagógico	Define el enfoque educativo que la institución adopta para el desarrollo de los aprendizajes. El modelo pedagógico se basa en teorías y principios pedagógicos y determina las metodologías, los recursos y los espacios de aprendizaje.
Infraestructura y espacios	La arquitectura, el diseño de los espacios y la distribución de los recursos físicos contribuyen a crear un ambiente de aprendizaje que refleja la identidad de la institución.
Relaciones con el entorno	La forma en que la institución se relaciona con su entorno social, cultural y económico es un aspecto fundamental de su identidad. La participación en proyectos comunitarios, la colaboración con otras instituciones y la apertura al mundo exterior son elementos clave

Nota. Elaboración de la tabla por creación de los investigadores, en base a conceptos de la autora.



(Maya, s. f.)

De manera que, estos componentes institucionales educativos, orientan, guían el currículo, como el plan de estudios que define contenidos, metodologías y objetivos de aprendizaje, orienta el proceso educativo. Gracias a este, los docentes, profesionales encargados de impartir conocimientos y guiar el aprendizaje, pueden desarrollar sus labores. Por su parte, los estudiantes, como protagonistas activos, se benefician de este plan al participar de manera comprometida.

Además, una infraestructura adecuada, que incluye espacios físicos y recursos tecnológicos, facilita el desarrollo de las actividades propuestas en el currículo. Por último, la organización y gestión de la institución, junto con la participación de toda la comunidad educativa (docentes, estudiantes, padres, etc.), garantizan un ambiente de colaboración y participación que contribuye al logro de los objetivos educativos. Por consiguiente, los componentes institucionales educativos son esenciales para crear un entorno de aprendizaje efectivo y equitativo, donde todos los estudiantes tengan la oportunidad de alcanzar su máximo potencial.

2.1.4. Valores Intangibles

Los valores intangibles son aquellos elementos que, aunque no se pueden tocar ni ver, constituyen la esencia y el alma de una institución. Son como las raíces de un árbol, invisibles pero fundamentales para su crecimiento y solidez. A diferencia de los elementos tangibles como los edificios, los recursos materiales o la tecnología, los valores intangibles definen la personalidad de una institución, su cultura y su propósito. Intangible es un calificativo que se refiere a todo aquello que no puede ser percibido claramente por los sentidos. Es decir, un intangible es inmaterial. Se refiere, por ejemplo, a un conjunto de reglas, sensibilidades y alteraciones. (Sanhueza, 2024)

Los valores intangibles son principios, creencias y convicciones que guían las acciones y decisiones de una institución. Entonces se diría de los fundamentos en los que se edifica la identidad institucional. Algunos ejemplos de valores intangibles son: Valores como la excelencia, la integridad, la innovación, la colaboración y la responsabilidad social son pilares fundamentales para el éxito de cualquier organización.

Al fomentar la excelencia, se garantiza la calidad de los productos o servicios. La integridad genera confianza y credibilidad. La innovación asegura la adaptación a los cambios. La colaboración potencia el trabajo en equipo y la responsabilidad social contribuye a un mundo más sostenible.

Los valores intangibles desempeñan un papel fundamental en la identidad institucional, puesto que diferencian a una institución de las demás al hacerla única y reconocible. Además, motivan a los miembros de la comunidad, inspirándolos a dar lo mejor de sí mismos. Como consecuencia, fortalecen la reputación institucional, otorgándole mayor prestigio y credibilidad. Asimismo, facilitan la toma de

decisiones en situaciones complejas, al servir como guía. Finalmente, aumentan la cohesión interna, creando un sentido de pertenencia y fortaleciendo los vínculos entre los miembros de la comunidad.

2.1.4.2. ¿Cómo fortalecer los valores intangibles en una institución?

Para fortalecer los valores intangibles en una institución, es necesario seguir una serie de pasos. En primer lugar, es fundamental definirlos claramente, expresándolos de manera concisa y comprensible para todos los miembros de la comunidad. A continuación, estos valores deben ser comunicados de forma efectiva a través de diversos canales, como la misión y la visión de la institución. Posteriormente, es crucial vivirllos en el día a día, demostrados a través de las acciones y decisiones de todos los miembros. Finalmente, para garantizar su vigencia y alineación con la misión institucional, los valores deben ser evaluados y actualizados periódicamente. Una adecuada gestión de comunicación es imprescindible para lograr los objetivos institucionales a corto plazo. (María, 2023)

En síntesis, los valores intangibles son el corazón de una institución. Son los que le dan sentido, la diferencian y la hacen perdurable en el tiempo. Al fortalecer los valores intangibles, las instituciones pueden construir una identidad sólida y una reputación duradera.

2.1.4.3. Importancia de los valores intangibles institucionales

La importancia de los valores intangibles en la identidad institucional es innegable. Estos valores no solo diferencian a una institución, sino que también benefician a todos sus miembros. Al motivar a los empleados, fortalecer la reputación y facilitar la toma de decisiones, los valores intangibles contribuyen al crecimiento y desarrollo de la institución. Adicionalmente, al generar un sentimiento de identidad y unidad, se incrementa la satisfacción en el trabajo y la producción.

Por otro lado, Los valores intangibles son como el alma de una institución. Son aquellos principios, creencias y convicciones que guían las acciones y decisiones de una organización. No se pueden tocar ni ver, pero tienen un impacto profundo en la identidad, la reputación y el éxito a largo plazo de cualquier institución (Méndez, 2019). De ahí que, los valores institucionales educativos son:

Respeto. Es fundamental para la convivencia pacífica y la colaboración dentro de la comunidad educativa. Implica reconocer y valorar a los demás, así como acatar las normas establecidas

Responsabilidad. Este valor se refiere a la capacidad de asumir las consecuencias de las propias acciones y decisiones, lo que es esencial para el desarrollo personal y social.

Justicia. Fomentar la equidad y el trato justo entre todos los miembros de la comunidad es crucial para mantener un ambiente armonioso y respetuoso.

Solidaridad. Promueve la colaboración entre individuos para enfrentar problemas comunes, fortaleciendo así el sentido de comunidad y apoyo mutuo.

Paz. Se busca cultivar un ambiente donde se valore la tranquilidad y el entendimiento, promoviendo relaciones basadas en la confianza y el respeto mutuo.

Honestidad. Este valor implica actuar con sinceridad e integridad, lo que es esencial para construir relaciones de confianza dentro del entorno educativo.

Pluralismo. Fomenta el respeto a la diversidad de opiniones y creencias, permitiendo un diálogo constructivo y enriquecedor entre los miembros de la comunidad.

2.1.5. Importancia de los Valores en la Educación

La educación en valores no solo se centra en el aprendizaje académico, sino que también busca formar ciudadanos responsables y críticos que puedan contribuir a una sociedad más justa e inclusiva. La implementación efectiva de estos valores en las instituciones educativas puede llevar a:

Desarrollo de habilidades sociales. Los estudiantes aprenden a interactuar respetuosamente con sus compañeros.

Fomento del pensamiento crítico. Se alienta a los alumnos a cuestionar y analizar su entorno.

Construcción de una cultura democrática. Promover valores como la igualdad y la justicia contribuye a una ciudadanía activa y comprometida.

En conclusión, los valores institucionales son esenciales para crear un ambiente educativo positivo que no solo prepare a los estudiantes académicamente, sino que también les enseñe a ser mejores personas en su vida diaria.

2.1.6. Cultura organizacional.

Anteriormente era vista como un elemento adicional. Sin embargo, en la actualidad, Yopan Fajardo y colaboradores (2020) la posicionan como el corazón de las empresas. En lugar de ser una variable externa, la cultura se ha convertido en la esencia misma de la organización.

Esta transformación implica un cambio de paradigma, pasando de una visión económica a una que incorpora elementos simbólicos y expresivos. De hecho, la cultura se ha convertido en un recurso estratégico, comparable a otros activos intangibles como la marca y la responsabilidad social.

Asimismo, la gestión de la cultura ha evolucionado de ser espontánea a ser estratégica. No obstante, es fundamental comprender que la cultura organizacional es más que un conjunto de reglas; es un sistema dinámico de creencias, valores y comportamientos. Por un lado, una cultura sólida ofrece numerosos beneficios, como la cohesión y el buen desempeño. Por otro lado, una cultura demasiado arraigada puede obstaculizar el cambio. Además, la transmisión intergeneracional de la cultura plantea desafíos en términos de adaptación.

En resumidas cuentas, la cultura organizacional es un activo estratégico que debe ser cuidado y desarrollado. Al comprender y gestionar la cultura, las organizaciones pueden mejorar su desempeño, atraer y retener talento, y construir una identidad sólida y diferenciada.

Además, La cultura organizacional es un constructo complejo que trasciende la mera suma de sus partes. Se nutre tanto de enfoques simbólicos e interpretativos como de procesos de gestión y comunicación intrínsecos a la organización. Esta cultura no solo define la identidad de la entidad, sino que también la vincula dinámicamente con su entorno. Sin embargo, para comprenderla en profundidad, es necesario trascender las perspectivas puramente empresariales y considerar enfoques más amplios, como los sistémico-organizacionales y los antropológicos

2.1.7. Cultura organizacional educativa.

Blanco-López, como García y Vélez Jiménez, coinciden en la importancia de crear entornos que fomenten la colaboración y el desarrollo integral de las personas. Mientras que los primeros autores se centran en el ámbito educativo, los segundos exploran el contexto organizacional. No obstante, ambos estudios subrayan la necesidad de establecer valores compartidos, promover la comunicación y ofrecer oportunidades para el crecimiento personal. (García Barbarán et al., 2024)

2.1.7.1. Cultura Organizacional en las Instituciones Educativas de Ecuador:

La cultura organizacional en las instituciones educativas de Ecuador es un tema de gran relevancia, ya que influye directamente en la calidad educativa, el clima laboral y el desempeño de los estudiantes y docentes. A continuación, se explorará los principales aspectos de este concepto en el contexto ecuatoriano:

La cultura organizacional en una institución educativa se refiere al conjunto de valores, creencias, normas, costumbres y prácticas compartidas por todos los miembros de la comunidad educativa. Estos elementos invisibles, pero poderosos, moldean la identidad de la institución y guían el comportamiento de todos sus integrantes.

La educación, como servicio público, necesita de una cultura organizacional sólida para garantizar la formación integral de los estudiantes. Esta cultura debe basarse en valores éticos y métodos pedagógicos innovadores. Asimismo, el fortalecimiento de esta cultura es esencial para responder a las demandas de una sociedad en constante cambio. En última instancia, una cultura institucional basada en valores y métodos actualizados constituye el pilar fundamental para ofrecer una educación de calidad y pertinente.

2.1.7.2. Importancia de la Cultura Organizacional en las Instituciones Educativas Ecuatorianas

En las diversas organizaciones que buscan la creación de servicios y bienes, el factor humano es muy valorado en la actualidad. El estudio de la cultura es motivado por lo mencionado porque es una parte

que brinda respuestas a una variedad de preguntas planteadas a partir de una serie de eventos en el contexto de una organización.

La posición del docente en aceptar la aplicación de la cultura organizacional como estrategia para mejorar una organización educativa es categórica porque permite adentrarse en el conocimiento de una institución para adecuarla y encaminarla al mejoramiento, siempre en beneficio y servicio de los demás; por lo tanto, la cultura organizacional es necesaria desde el punto de vista teórico y práctico, en beneficio de la institución y de los empleados, se alcanzan objetivos y metas importantes.

El desarrollo de una cultura organizacional sólida es una inversión a largo plazo que beneficia a toda la comunidad educativa, al mejorar la calidad de la educación y fortalecer la reputación de la institución. De hecho, la cultura organizacional es un elemento vital para el éxito de cualquier institución educativa, puesto que influye en todos los aspectos de la vida institucional, desde la enseñanza y el aprendizaje hasta la gestión y la toma de decisiones.

La cultura organizacional dentro de las instituciones educativas reviste total importancia debido que la urdimbre de significaciones que son producto del acto socio- cultural deben ser conocidos y compartidos por todos los miembros de la comunidad u organización educativa, por eso, la relevancia de promocionar la cultura que refleja la idiosincrasia de la comunidad a la cual se pertenece. (Burbano Pérez, 2020). Además, en el análisis no pueden faltar otros aspectos de suma importancia en las instituciones educativas ecuatorianas que son:

Tabla N° 2: Aspectos de suma importancia en las instituciones educativas ecuatorianas

Aspectos de suma importancia en las instituciones educativas ecuatorianas	
Clima laboral positivo	Una cultura organizacional saludable fomenta un ambiente de trabajo colaborativo, respetuoso y motivador, lo que a su vez mejora el desempeño de los docentes y administrativos.
Mejora del aprendizaje	Cuando los estudiantes se sienten parte de una comunidad educativa con valores claros y positivos, están más motivados a aprender y a alcanzar sus metas académicas.
Mayor compromiso institucional	Una cultura organizacional fuerte genera un mayor sentido de pertenencia y compromiso por parte de todos los miembros de la comunidad educativa.
Adaptación al cambio	Una cultura flexible y abierta al cambio permite a las instituciones educativas adaptarse a los nuevos desafíos y oportunidades del entorno

Nota: elaboración propia de los investigadores, con información de diferentes posiciones teóricas y empíricas referentes a la cultura organizacional.

Tabla N° 3: Características de la Cultura Organizacional en las Instituciones Educativas Ecuatorianas

Características de la Cultura Organizacional en las Instituciones Educativas Ecuatorianas	
Influencia de la cultura nacional	La cultura ecuatoriana, con sus valores y tradiciones, influye en la cultura organizacional de las instituciones educativas
Diversidad cultural	Dada la diversidad étnica y cultural del país, las instituciones educativas deben ser capaces de gestionar la diversidad y promover la inclusión.
Énfasis en los valores	Los valores institucionales, como la excelencia académica, la solidaridad y el respeto, son fundamentales para construir una cultura organizacional positiva
Liderazgo transformacional	Un liderazgo visionario y transformador es clave para impulsar el cambio cultural y mejorar la calidad educativa.

Nota: elaboración propia de los investigadores, con información bibliográfica del tema Cultura organizacional de las instituciones educativas ecuatorianas.

2.1.7.2. Desafíos y Oportunidades

Es necesario implementar la creatividad en las organizaciones mediante la implementación de nuevas estrategias administrativas para que su dinámica perdure en el tiempo. Por otro lado, la inteligencia organizacional tiene de estar en consonancia con el flujo multidireccional que se produce entre los agentes, las funciones, las estrategias y las interacciones propias del aprendizaje organizacional. En consecuencia, la cultura institucional se muestra receptiva a cambios, los cuales pueden manifestarse en diversos grados y a lo largo del tiempo. La relacionada con los "artefactos" (lo tangible y lo visible) es la más cercana al cambio. Los valores e hipótesis que requieren más tiempo, esfuerzo y compromiso para lograr una transformación son los más difíciles de cambiar debido al nivel de complejidad que requiere emplear estructuras sofisticadas que potencien y promuevan componentes de liderazgo y cambio.

Tabla N° 4: Desafíos y oportunidades de las instituciones educativas ecuatorianas

Desafíos	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de claridad en los valores institucionales. • Resistencia al cambio. • Desigualdades en el acceso a la educación. • Falta aporte de los maestros en acuerdos y decisiones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Incorporación de tecnologías educativas. • Fomento de la investigación educativa. • Incremento de habilidades en el presente siglo en los alumnos. • Fortalecimiento de las relaciones entre la escuela y la comunidad. • Estrategias para Fortalecer la Cultura Organizacional

Nota: Elaboración de los propios investigadores. Desafíos y oportunidades

2.1.7.3. Imagen

La representación de una institución se compone del conjunto de convicciones y vínculos que valora la comunidad, es una representación mental y un hecho emocional compuesto por una sumatoria de valores que se percibe. Hay que reconocer el valor de la construcción colectiva, debemos tener en cuenta que la imagen que percibimos de una organización es producto de nuestras propias interpretaciones. Estas interpretaciones, a su vez, son moldeadas por nuestras experiencias y percepciones individuales. (Bravo Herrera & Damián Núñez, 2021)

Desde su perspectiva, Quispe (2014) afirma que la imagen institucional “es la satisfacción total de los miembros de la institución más la comunidad de usuarios” (Bravo Herrera & Damián Núñez, 2021)

Ante estos dos conceptos se puede interpretar que la imagen institucional está sujeta a la percepción del público que mira, que analiza la institución. Es decir, a reputación de una entidad es un elemento crucial y tangible, no algo trivial o superfluo. Se construye a partir de la percepción global que el público tiene de sus diversas características y facetas. Esta imagen es el resultado de una red interconectada de atributos relevantes, que reflejan y se alinean estrechamente con la naturaleza fundamental de la organización.

La reputación se desarrolla mediante un proceso de comunicación que impacta a las audiencias, originándose tanto de acciones concretas como de mensajes transmitidos. No obstante, es concluyente reconocer su naturaleza dinámica y su capacidad de evolucionar con el tiempo.

2.1.7.4. Principales diferencias entre identidad e imagen institucional educativa

Para abordar las diferencias y similitudes entre imagen e identidad en una institución educativa, primero definamos brevemente cada concepto y luego el análisis y relaciones:

La identidad institucional constituye la esencia real de una institución educativa. En primer lugar, abarca elementos fundamentales tales como su misión y visión. Además, engloba los valores que guían su actuación, así como su filosofía educativa. Por otra parte, la cultura organizacional también forma parte integral de esta identidad. Concluyendo, la identidad institucional representa lo que la institución es en su núcleo, definiendo su carácter único y distintivo en el ámbito educativo.

La imagen institucional se refiere a la percepción que tanto los públicos internos como externos tienen sobre la institución. En primer lugar, esta imagen se construye a partir de las diversas experiencias que estos grupos tienen con la entidad. Asimismo, las comunicaciones emitidas por la institución juegan un papel crucial en la formación de esta imagen. Además, las acciones concretas que la institución lleva a cabo contribuyen significativamente a moldear esta percepción. En definitiva, la imagen institucional representa cómo la institución es vista por otros, lo cual puede influir notablemente en su reputación y en las relaciones que mantiene con sus diferentes stakeholders. (públicos internos y externos).

Diferencias y similitudes entre la identidad e imagen institucional educativa.

2.1.7.4.1. Diferencias

Origen. La identidad es interna y definida por la institución, mientras que la imagen es externa y formada por las percepciones de otros.

Control. La institución tiene mayor control sobre su identidad, pero menor control sobre su imagen.

Naturaleza: La identidad tiende a ser más estable, mientras que la imagen puede ser más volátil y cambiar rápidamente.

Complejidad. La identidad suele ser más coherente y unificada, mientras que la imagen puede variar según diferentes grupos de interés.

2.1.7.4.2. Similitudes

Importancia estratégica. Ambas son cruciales para el éxito y la reputación de la institución educativa.

Interrelación: La identidad influye en la formación de la imagen, y la imagen percibida puede influir en cómo la institución define o ajusta su identidad.

Comunicación. Ambas se transmiten a través de diversos canales de comunicación, tanto formales como informales.

Impacto en stakeholders. Tanto la identidad como la imagen afectan las relaciones con estudiantes, profesores, padres y la comunidad en general.

Evolución. Aunque a diferentes ritmos, tanto la identidad como la imagen pueden evolucionar con el tiempo en respuesta a cambios internos y externos.

Para mantener una buena imagen e identidad institucional educativa, se pueden implementar diversas acciones estratégicas. Entre ellas, les presento las más destacadas, para mantener una buena imagen

e identidad institucional educativa, se pueden implementar diversas acciones estratégicas. Aquí, algunas de las más efectivas:

2.1.8. Bases normativas y legales

Para elaborar un sustento legal sobre la gestión de comunicación estratégica e identidad institucional educativa, es necesario considerar varios aspectos de la legislación educativa y de comunicaciones. Así:

2.1.8.1. Constitución De la República del Ecuador.

2.1.8.2. Derecho a la Educación

Art. 39. – Garantiza el Estado los derechos de los jóvenes, y fomentará su eficaz desempeño mediante políticas y programas, instituciones y recursos que garanticen y conserven su participación e inclusión de forma constante en todas las áreas, especialmente en los ámbitos del poder público. Además, El artículo 26 de la Constitución ecuatoriana establece la educación como un derecho fundamental a lo largo de toda la vida, siendo un deber ineludible del Estado.

Además de ser un área prioritaria de la política pública, la educación garantiza la igualdad e inclusión social, contribuyendo así al Buen Vivir. Por otra parte, el artículo 28 determina su carácter universal, laico y gratuito, mientras que el artículo 57 reconoce el derecho a la educación intercultural bilingüe. En este sentido, la educación debe ser accesible para todos y todas, promoviendo el desarrollo holístico de las personas. Finalmente, la participación de la comunidad educativa y la familia, junto con la garantía de una educación de calidad, completan este marco constitucional

Libertad de expresión. La Constitución del Ecuador reconoce y salvaguarda la libertad de expresión como un derecho esencial de todos los individuos. Este derecho se encuentra amparado en el artículo 9 de la Constitución, el cual establece que: El derecho a la libertad de expresión y opinión comprende el derecho a buscar, recibir y difundir información e ideas de cualquier tipo, sin importar las fronteras, ya sea verbalmente, por escrito o en cualquier otro medio de expresión

Es decir, La libertad de expresión permite a las personas no solo investigar y obtener información de diversas fuentes, sino también acceder a cualquier tipo de información sin censura. Además, este derecho fundamental faculta a las personas a compartir sus opiniones e ideas a través de cualquier medio.

Derecho a la información. Si bien el derecho a buscar información es fundamental, la libertad de expresión va más allá. No solo permite investigar y acceder a información, sino que también garantiza el derecho a difundir libremente las ideas propias

2.1.8.3. Ley Orgánica Educativa Intercultural:



Al promover el respeto por la diversidad cultural y lingüística, la LOEI fomenta la interculturalidad y el diálogo. Esto a su vez, exige la participación de todos los actores educativos. Como consecuencia, se garantiza la transparencia en los procesos educativos y se asegura que los mensajes y materiales sean culturalmente pertinentes.

Para implementar efectivamente Las instituciones educativas deben llevar a cabo diversas acciones. En primer lugar, es "fundamental desarrollar planos de comunicación que establezcan los objetivos, estrategias y canales adecuados" (Ley Orgánica de Educación Intercultural, 2011) A continuación, se debe trabajar en el fortalecimiento de la imagen institucional, asegurando que sea coherente con los valores de la LOEI. Asimismo, es necesario, aleccionar al personal en comunicación intercultural y en el uso de las tecnologías. Finalmente, es decisivo involucrar a toda la comunidad educativa en la construcción de la identidad institucional.

El artículo 2 de la LOEI literales: a,c,i,k,p,q, hace referencia a los principios de la educación, universalidad, libertad, educación en valores, enfoque de derechos, corresponsabilidad, motivación. Principios que recogen todo un marco legal para una buena gestión comunicacional estratégica e identidad institucional.

Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública: La presente Ley tiene por finalidad, proteger, respetar, promover y garantizar que la información pública sea accesible, oportuna, completa y fidedigna, para ejercer los derechos de los ciudadanos establecidos en la Constitución de la República del Ecuador y la legislación vigente.

2.1.8.4. Legislación sobre propiedad intelectual:

Art. 4.- Art. 4.- Se reconocen y aseguran los derechos tanto de los autores como de los demás propietarios sobre sus trabajos. Concordancias: Constitución de La Republica del Ecuador, Títulos constitucionales Arts. 66, 322, 387. CODIGO CIVIL (LIBRO II), Arts. 601; Art. 53, (RGLOEI) Reglamento General a la Ley Orgánica de Educación Intercultural

Persona o grupo de personas que optan por desarrollar un proyecto asociado a la actividad educativa. Art. 88 del RGLOEI 7 Art. 17, Literal d. de la (LOEI). Art. 89, del mismo Reglamento donde se hace referencia al Código de Convivencia de las instituciones educativas; entre otras cosas se manifiesta la identidad institucional educativa.

Derechos de autor en materiales educativos y de comunicación en Ecuador. Según el artículo 104 del COESCCI establece que la protección se aplica a todas las obras literarias, artísticas y científicas, que sean originales y que puedan ser reproducidas o divulgadas mediante cualquier medio o forma conocida y/o por ser reconocidas.

Este marco legal establece las bases para la gestión de la comunicación estratégica y la identidad institucional en el ámbito educativo, garantizando el derecho a la educación, la libertad de expresión y el acceso a la información, mientras se protegen los datos personales y se respeta la propiedad intelectual. El marco legal en la investigación desempeña un papel crucial en múltiples aspectos. En primer lugar, protege a los participantes humanos, garantizando que no sufran daños.

Asimismo, contribuye a la validez de los resultados, al exigir el cumplimiento de normas que permiten la replicabilidad de los estudios. Por otra parte, evita conflictos legales, ya que el incumplimiento de las leyes puede acarrear graves consecuencias. Finalmente, protege la propiedad intelectual de los investigadores y asegura que la investigación se desarrolle bajo principios éticos sólidos, como la honestidad y la objetividad.

2.1.8.3. Conclusiones parciales

La evolución de las teorías sobre la identidad corporativa y la comunicación estratégica revela una creciente interconexión entre estos conceptos. Inicialmente, la teoría de la identidad corporativa se centró en la construcción de una imagen única y diferenciada. Posteriormente, la teoría de los stakeholders amplió esta perspectiva al considerar la importancia de las relaciones con los grupos de interés.

Finalmente, la teoría de la cultura organizacional integró la dimensión interna de la organización, mostrando cómo la cultura influye en la comunicación y la identidad. En resumen, estas teorías, aunque se centran en diferentes aspectos, están interrelacionadas y contribuyen a una comprensión más completa de la importancia de la comunicación estratégica en la construcción y gestión de la identidad corporativa.

De manera que, la gestión de comunicación es importante en la comunidad educativa. Varios autores, sostienen que las teorías más relevantes están en la comunicación estratégica, es la que debería prevalecer en la relación entre la gestión de comunicación estratégica y la identidad institucional es un tema de gran interés en el campo de las relaciones públicas y la comunicación organizacional. Diversas teorías han explorado esta conexión, ofreciendo perspectivas valiosas para comprender cómo las organizaciones construyen y proyectan su imagen.



CAPITULO II

2.1. Metodología

El diseño metodológico es una secuencia organizada de acciones que permiten llevar a cabo una investigación. Este diseño implica planificar detalladamente cada etapa del proceso de investigación, desde la recolección de datos hasta el análisis del tema en este caso (García-González et al., 2020): Gestión de comunicación estratégica para fortalecer la identidad Institucional de la Unidad Educativa “Pelileo”. De esta manera, se garantiza la coherencia y la eficiencia de la investigación.

2.1.1. Conceptualización y operacionalización de variables y categorías.

Una variable es un elemento dinámico dentro de una investigación que puede adoptar diferentes estados o niveles, permitiendo así su medición y análisis. En otras palabras, las variables son entidades mentales que adoptan variados valores o tipos de modalidades. Se refiere a las características de los objetos de estudio conceptuales o tangibles. Su carácter variante es establecido por las condiciones de carácter temporal y espacio que definen a las unidades de análisis (Rodríguez Rodríguez et al., 2021).

Tabla N° 5: Variable independiente: Gestión de comunicación estratégica

Definición	Dimensiones categorías	Indicadores	Técnicas /instrumentos
La gestión de comunicación estratégica en una institución educativa es un proceso planificado y sistemático que	Público interno	Comunicación interna: comunicación, difusión y promoción entre los miembros de la comunidad educativa. Cultura organizacional: Valores, creencias, normas.	



busca establecer una comunicación efectiva y coherente con todos los públicos internos y externos de la institución. Esta comunicación no solo se limita a transmitir información, sino que tiene como objetivo construir una imagen positiva y sólida de la institución, fortalecer los vínculos con la comunidad educativa y alcanzar los objetivos institucionales.	Público externo	Relaciones públicas, gestionar la reputación de la institución Marketing educativo, promoción de los programas educativos. Comunicación con padres de familia o representantes.	Técnica: Observación Instrumentos: Encuesta. Entrevista
	Digitalización	Presencia en línea: canales digitales de la institución. Marketing digital: promoción de programas educativos	
	Dimensión Estratégica	Comunicación móvil: mensajes y contenidos a dispositivos móviles Planificación estratégica. Evaluación y medición	
	Dimensión pedagógica	Gestión de crisis. Comunicación en el aula. Comunicación entre pares.	

Tabla N° 6: Variable dependiente: Fortalecimiento de la identidad Institucional

Definición	Dimensiones /categorías	Indicadores	Técnicas instrumentos
------------	-------------------------	-------------	-----------------------

<p>Es la percepción que tienen los estudiantes, docentes, personal administrativo, padres y la comunidad en general sobre la institución. Esta identidad se construye a partir de un conjunto de elementos tangibles e intangibles que la diferencian de otras instituciones y la hacen única.</p>	Historia y tradiciones	Orígenes y evolución. Legado y tradiciones. Personalidades destacadas.	<p>Técnica: observación Instrumento: Encuesta Entrevista</p>
	Filosofía educativa	Misión y visión Valores y Principios. Filosofía institucional	
	Sociocultural	Contexto social. Diversidad e Inclusión Compromiso social:	
	Organizacional	Estructura y gestión. Procesos y procedimientos. Recursos.	
	Simbolismo institucional.	Identidad visual. Lenguaje verbal. Símbolos, Objetos, lugares o eventos.	
	Dimensión Pedagógica	Modelo educativo. Currículo Evaluación	
Relaciones con el entorno	Proyectos comunitarios Colaboración con otras instituciones. Apertura al público externo.		

2.1.4. Enfoque de la investigación

2.1.4.1. El Enfoque: Mixto (cuali-cuantitativo)

La investigación sobre gestión de comunicación estratégica y la identidad institucional se enriquece al combinar dos perspectivas complementarias. El enfoque cualitativo aporta una comprensión profunda y contextualizada de los fenómenos estudiados, en tanto que el enfoque cuantitativo ofrece datos numéricos precisos para identificar patrones y tendencias. La investigación exige una mirada atenta al contexto en el que se desenvuelven las personas, con el objetivo de construir una imagen dinámica y contextualizada que dé respuesta a las interrogantes planteadas. (Adaptado de Freire, 2020)

2.1.4.2. Alcance de la investigación

La presente investigación se caracteriza por su naturaleza es descriptivo, no experimental y explicativo. Al igual que señalan este tipo de estudio se basa en la observación de los fenómenos tal como se presentan en su contexto habitual, sin introducir cambios deliberados (Velázquez, 2018). La elección de un diseño transversal permitirá capturar una imagen puntual de la situación, facilitando así el análisis de las variables de interés en un momento específico.

2.1.4.3. Es descriptiva

Porque a través de una observación detallada, el objetivo es capturar la esencia de una realidad educativa determinada. El interés es describir las acciones, las interacciones y las percepciones de los actores involucrados en esta situación concreta. Como indica Guevara et al., la investigación descriptiva busca conocer a fondo las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de una descripción minuciosa de lo que ocurre. (Guevara, Verdesoto Arguello, & Castro Molina, 2020)

2.1.4.4. La investigación no experimental

Es un enfoque metodológico que se caracteriza por la observación y análisis de fenómenos en su entorno natural, sin manipular variables ni alterar las condiciones del estudio. Este tipo de investigación es fundamental en diversas disciplinas, especialmente en educación, donde es perentorio entender el comportamiento humano en su contexto real. (Guevara, Verdesoto Arguello, & Castro Molina, 2020)

2.1.4.5. Explicativo.

La investigación explicativa es un enfoque metodológico que busca comprender las causas y efectos de fenómenos específicos, proporcionando una explicación detallada de por qué ocurren ciertos eventos. Este tipo de investigación es fundamental para profundizar en temas que no han sido suficientemente explorados o comprendidos. Se centra en identificar y analizar las relaciones causales entre variables, lo que permite entender no solo qué ocurre, sino por qué ocurre. (Guevara, Verdesoto Arguello, & Castro Molina, 2020).

2.1.4.2. Declaración y justificación del tipo de investigación

El trabajo investigativo se caracteriza por ser de campo, transversal y bibliográfico.

2.1.4.2.1. De campo

La investigación de campo es una metodología que se centra en la recolección de datos directamente en el entorno donde ocurren los fenómenos de interés, sin manipulación de variables. Este enfoque permite a los investigadores obtener información contextualizada y realista, además, proporciona una descripción detallada del fenómeno en su contexto natural.

2.1.4.2.2. Transversal.

La investigación transversal es un tipo de investigación observacional que se utiliza para analizar datos

de una población en un momento específico. Este enfoque es útil en diversas disciplinas, ya que permite obtener una instantánea de las características y relaciones entre variables sin la necesidad de un seguimiento a largo plazo. Por ejemplo, el análisis de datos en un momento determinado en tiempo sobre la comunicación en la Unidad Educativa Pelileo. (Vega, Maguiña, Soto, Lama-Valdivia, & Correa López, 2021)

2.1.4.2.3. Bibliográfico.

La investigación bibliográfica es un proceso fundamental en el ámbito académico y científico, que implica la búsqueda, recopilación, organización y análisis de información existente sobre un tema específico. Su objetivo principal es proporcionar un marco teórico sólido que sustente el trabajo de investigación, garantizando que el investigador esté bien documentado y que las fuentes originales sean identificadas adecuadamente. (Ocampo, 2019)

Como primer paso, se llevará a cabo una exhaustiva revisión bibliográfica para conocer el estado del arte en relación a la gestión estratégica de comunicación para potenciar la identidad institucional. El objetivo es recopilar, evaluar y sintetizar la información existente para conocer el estado del tema y enriquecer la investigación. Por ello, se recalca que la revisión sea completa, bien estructurada y actualizada, donde se analice todo minuciosamente y se saque conclusiones imparciales. (Martín & Lafuente, 2017)

2.1.4.3. Métodos empleados y su propósito en el contexto de investigación.

Los métodos de investigación se definen como el conjunto de estrategias que, acorde con el enfoque de una investigación y el uso de determinados instrumentos, simplificarán la obtención de un producto o resultado concreto.

El enfoque de investigación cualitativa facilita el análisis exhaustivo de las vivencias personales y la reflexión sobre los fenómenos sociales. Esta propuesta se centra en investigar la administración de la comunicación estratégica de la Unidad Pelileo mediante el enfoque naturalista. En realidad, esta investigación, al enfocarse en entender de manera profunda las vivencias humanas, aspira a formar una imagen integral que facilite la respuesta a las interrogantes de estudio. Así, se suscitan nuevas preguntas, sin el objetivo de definir leyes definitivas. (Freire, 2020)

La investigación cuantitativa, utilizando el método cuantitativo, proporciona información, numérico exactos para reconocer estándares y directrices. El estudio demanda una observación cuidadosa del entorno en el que las personas se desenvuelven, con la finalidad de elaborar una imagen viva y contextual que responda a las interrogantes de investigación. (Freire, 2020)

2.1.4.3.1. Instrumentos derivados de la metodología seleccionada.

Las herramientas derivadas de la metodología de investigación son instrumentos fundamentales que se utilizan para la recolección y el análisis de datos a lo largo de un proceso investigativo. Estos recursos

permiten al investigador abordar problemas y fenómenos específicos, facilitando la obtención de información relevante y significativa. (Medina et al., 2023)

En el contexto de este estudio, se prevé utilizar una combinación de métodos para la recolección de datos, que incluirá tanto encuestas como entrevistas. Por un lado, las encuestas se llevarán a cabo mediante un cuestionario en línea, lo que permitirá recopilar información cuantitativa de manera eficiente y efectiva de una amplia muestra que incluye docentes y personal administrativo. Este enfoque no solo optimiza el tiempo y los recursos, sino que también asegura una mayor representatividad de las opiniones y experiencias de los participantes.

Por otro lado, se realizarán entrevistas semiestructuradas dirigidas a los administrativos. Este método cualitativo proporcionará una oportunidad para explorar en profundidad sus experiencias y percepciones en relación con la gestión de comunicación y la identidad institucional. A través de estas entrevistas, se espera obtener información más rica y matizada que complemente los datos cuantitativos obtenidos a través de las encuestas. Este enfoque mixto permitirá una comprensión más holística del fenómeno estudiado, integrando tanto la perspectiva numérica como la narrativa, lo cual es esencial para abordar la complejidad del tema en cuestión.

En definitiva, la mixtura de encuestas y entrevistas enriquecerá el análisis y proporcionará una visión más completa sobre cómo la gestión comunicacional influye en la comunicación entre los miembros de la comunidad educativa, tanto interna como externa.

2.1.5. Delimitación de la Población y Muestra.

El universo poblacional en esta investigación educativa se refiere al conjunto total de elementos, en este caso son: autoridades, docentes, estudiantes, padres de familia; que están inmersos en la institución educativa Pelileo. En cambio, la muestra es un subconjunto representativo del universo poblacional. Si el universo poblacional es amplio resultaría costoso y poco práctico, lo que se requiere es que sea representativa para que los resultados obtenidos puedan generalizarse a toda la población.

En este sentido Para la selección se optó por el muestreo intencionado esta estrategia consiste en tomar los casos agrupados según alguna característica, en este caso, se decide tomar la muestra de forma intencional de acuerdo a las necesidades de la investigación (Parra, 2020). Así, el universo poblacional para la investigación es la siguiente:

Tabla N° 7: Componentes de población de muestra intencionada

Componentes	
Administrativos	3
Docentes	55
Padres de familia, Comité Central	6
Estudiantes	7

Total	71
-------	----

Tabla realizada por los investigadores. Que contiene una muestra intencionada de acuerdo con las necesidades de la investigación. Según (Medina et al., 2023)

Entonces, la muestra de la investigación objeto de estudio se realizará con todo el universo de docentes y administrativos y solamente 6 estudiantes que son miembros del consejo estudiantil que representan al estudiantado y 7 miembros que conforman el Comité central de Padres de Familia. Total de elementos de investigación son 71.

2.1.6. Estrategia metodológica investigativa o proceder metodológico general seleccionado en el proceso de investigación.

La estrategia metodológica investigativa se refiere al conjunto de procedimientos y enfoques que un investigador elige para abordar un problema específico dentro de su estudio. Esta estrategia es esencial, ya que determina cómo se llevará a cabo la investigación, desde la recolección de datos hasta su análisis y presentación de resultados

2.1.6.1. Métodos para recolectar información.

Los métodos de recolección de datos son técnicas sistemáticas utilizadas para obtener información relevante que permita responder a preguntas de investigación. Estos métodos se dividen en dos categorías principales: métodos primarios, que recogen datos directamente de la fuente, y métodos secundarios, que utilizan información ya existente.

La elección del método adecuado depende del objetivo del estudio y del tipo de información que se busca obtener. Un enfoque bien diseñado no solo mejora la calidad y validez de los datos recolectados, sino que también permite una interpretación más precisa de los resultados obtenidos. La combinación de diferentes métodos puede enriquecer el análisis y proporcionar una visión más completa del fenómeno investigado (Sánchez, Fernández, & Díaz, 2021).

Encuesta a los estudiantes (Ver anexo 1) Preguntas y Análisis

1. ¿Con qué frecuencia se informa a los docentes sobre los objetivos y metas de la institución?

El 27% de los docentes afirma que se informa mensualmente, el 38% manifiesta que se informa irregularmente

2. ¿Considera que la información que recibe sobre la institución es clara y concisa?

El 29% indica recibirla siempre de forma precisa, un porcentaje considerable (62%) la percibe como frecuente, ocasional o rara vez.

3. ¿Se siente usted involucrado en la toma de decisiones relacionadas con la comunicación interna de la institución?



El 22% afirma participar siempre, la mayoría (54%) indica hacerlo de forma frecuente u ocasional. Un 9% reporta participar rara vez, y un 15% nunca.

4. ¿Cree que los canales de comunicación interna utilizados son efectivos?

El 74% de los docentes encuestados expresó estar de acuerdo o totalmente de acuerdo con su efectividad, un porcentaje no despreciable 26% manifestó estar en desacuerdo o neutral al respecto.

5. ¿Considera que la imagen externa de la institución es positiva?

Sobre la imagen de la institución el 74% de los docentes manifiesta positivamente; un porcentaje considerable 26% expresó opiniones menos favorables.

6. ¿Cree que la institución cuenta con una identidad visual clara y coherente?

El 67% de los encuestados expresó una percepción positiva (siempre o frecuentemente), un 33% manifestó opiniones menos favorables (ocasionalmente, rara vez o nunca).

7. ¿Se utilizan las redes sociales para promover la imagen de la institución?

El 77% afirma utilizarlas de manera frecuente, siempre u ocasionalmente. No obstante, un 13% declara un uso esporádico o nulo de estas plataformas.

8. ¿Considera que la institución participa activamente en eventos y actividades de la comunidad?

El 75% afirma participar siempre, frecuente u ocasionalmente. Sin embargo, aún existe un grupo de docentes (15%) que indica una participación rara vez o nunca.

9. ¿Cree que existe un plan de comunicación estratégico en la institución?

Mientras que el 47% afirma conocerlo, el 24% desconoce su existencia o tiene información incompleta

10. ¿Se evalúa periódicamente la efectividad de las estrategias de comunicación?

El (65%) evalúan las estrategias de comunicación de manera frecuente (29%), siempre (24%) u ocasionalmente (22%), un porcentaje considerable (25%) declara evaluarlas rara vez o nunca.

11. ¿Se utilizan herramientas tecnológicas para gestionar la comunicación?

En los docentes (79%) utiliza herramientas tecnológicas para la gestión de la comunicación. No obstante, un porcentaje considerable (13%) declara utilizarlas rara vez o nunca

12. ¿Recibe capacitación sobre comunicación efectiva?

Un 26% afirma recibirla frecuentemente, un porcentaje similar (28%) indica hacerlo ocasionalmente o rara vez. Más aún, un 16% manifiesta nunca recibir este tipo de formación.

13. ¿Se siente identificado con los valores y principios de la institución?

Se obtuvo que un 60% se siente siempre identificado, un 20% frecuentemente, un 11% ocasionalmente y un 7% rara vez. Solo un 2% de los encuestados indicó no sentirse identificado

14. ¿Cree que la institución transmite una imagen de calidad educativa?

Un 55% de los docentes considera que siempre transmite una imagen de calidad, seguido de un 20%

que lo hace frecuentemente. En menor medida, un 16% opina que ocasionalmente, un 5% rara vez y un 4% nunca

15. ¿Considera que la identidad institucional es relevante para los estudiantes y la comunidad?

Un 58% de los encuestados indica que la identidad institucional es siempre notable, seguido de un 18% afirman frecuentemente, un 13% opina que ocasionalmente, un 9% rara vez y solo un 2% nunca.

Tabla N° 8: Hallazgos de los resultados de la encuesta a docentes, expresados en porcentajes.

Comunicación externa	
Frecuencia de información sobre objetivos y metas	27% mensual, 38% irregular.
Claridad y concisión de la información	29% siempre precisa, 62% a veces o rara vez precisa
Participación en la toma de decisiones	22% siempre, 54% a veces, 9% rara vez, 15% nunca
Efectividad de los canales de comunicación	74% de acuerdo o totalmente de acuerdo, 26% en desacuerdo o neutral.
Promedio	228 / 57%
Comunicación interna	
Percepción de la imagen externa	74% positiva, 26% menos favorable.
Identidad visual clara	67% siempre o frecuentemente, 33% ocasionalmente, rara vez o nunca
Uso de redes sociales	77% frecuente, siempre u ocasionalmente, 13% esporádico o nulo
Participación en eventos comunitarios	75% siempre, frecuente u ocasionalmente, 15% rara vez o nunca.
Existencia de un plan de comunicación	47% sí, 24% no o información incompleta
Evaluación de estrategias de comunicación	65% frecuente, siempre u ocasionalmente, 25% rara vez o nunca.
Promedio	358 / 59.6%
Herramientas y capacitación	
Uso de herramientas tecnológicas.	79% sí, 13% rara vez o nunca.
Capacitación en comunicación efectiva	26% frecuente, 28% ocasionalmente o rara vez, 16%

	nunca
Promedio	107 / 53.5%
Identificación y Valoración	
Identificación con los valores	60% siempre, 20% frecuentemente, 11% ocasionalmente, 7% rara vez, 2% nunca.
Percepción de calidad educativa	55% siempre, 20% frecuentemente, 16% ocasionalmente, 5% rara vez, 4% nunca.
Relevancia de la identidad institucional	58% siempre, 18% frecuentemente, 13% ocasionalmente, 9% rara vez, 2% nunca.
Promedio	173 / 57.6
Conclusiones:	<p>Existe una percepción positiva de la imagen institucional y los valores.</p> <p>Hay áreas de oportunidad en la frecuencia y claridad de la comunicación interna, así como en la participación de los docentes en la toma de decisiones.</p>

Fuente: Encuesta a docentes U.E. Pelileo. Aplicado por los investigadores

2.1.8.1.6. Discusión de hallazgos de la encuesta a docentes

Comunicación externa

La frecuencia con la que los docentes reciben información sobre los objetivos y metas es irregular (38%), lo que evidencia una falta de alineación estratégica. En consecuencia, se genera incertidumbre y desmotivación entre el personal docente. Por otro lado, la claridad y la concisión de la información también presentan desafíos, ya que un alto porcentaje (62%) de docentes indica que la información no siempre es precisa. Esto, a su vez, puede llevar a confusiones, retrasos y una disminución en la calidad del trabajo. Además, la limitada participación en la toma de decisiones (24%) de los profesores, genera una sensación de desvinculación. Si bien un porcentaje significativo de docentes (74%) considera que los canales de comunicación son efectivos, es evidente que existe margen de mejora. En resumen, es fundamental establecer un sistema de comunicación claro, regular y participativo para garantizar la alineación, la motivación y el compromiso de todo el personal docente.

Comunicación interna.

La irregularidad en la frecuencia con la que se proporciona información sobre objetivos y metas evidencia una falta de alineación estratégica. En consecuencia, un 38% de los encuestados reporta recibir información de manera irregular, lo que genera incertidumbre y desmotivación entre los empleados. Por

otro lado, la claridad de la información también presenta desafíos, ya que un 62% de los encuestados indica que la información no siempre es precisa. Esto, a su vez, puede llevar a confusiones, retrasos y una disminución en la calidad del trabajo. Además, si bien un 22% de los encuestados siempre participa en la toma de decisiones, un porcentaje considerable (54%) lo hace solo a veces. A pesar de que un 74% considera efectivos los canales de comunicación, es evidente que existe margen de mejora.

En resumen, es fundamental establecer un sistema de comunicación claro, regular y participativo para garantizar la alineación, la motivación y el compromiso de todos los empleados.

Herramientas tecnológicas y capacitación

El acceso a herramientas tecnológicas y capacitación en comunicación efectiva es fundamental para el desarrollo profesional de los docentes. Si bien un 79% de los docentes tiene acceso a herramientas, un 13% no lo tiene. Además, aunque el 26% utiliza frecuentemente la capacitación, un 44% la utiliza poco o nada. Para mejorar esta situación, es necesario realizar un diagnóstico más profundo de las razones detrás de estas cifras y diseñar estrategias para garantizar un acceso equitativo a los recursos y fomentar su uso. Por ejemplo, se podrían implementar programas de capacitación personalizados, ofrecer soporte técnico a los docentes y evaluar periódicamente la efectividad de las herramientas y capacitaciones disponibles.

Identidad Institucional, valores y calidad educativa

Los datos presentados ofrecen una visión general de la percepción que tienen los encuestados sobre la identidad institucional, los valores y la calidad educativa de la organización. Un alto porcentaje (80%) de los encuestados indica una fuerte identificación con los valores institucionales, lo que sugiere un alto grado de alineación entre los valores individuales y los de la organización. Esta identificación, a su vez, contribuye a una mayor percepción de la calidad educativa, ya que un 75% de los encuestados indica percibir una alta calidad. Asimismo, la mayoría de los encuestados (76%) considera que la identidad institucional es siempre o frecuentemente relevante, lo que refuerza la idea de que la identidad institucional juega un papel crucial en la percepción de la calidad educativa y en la construcción de una cultura organizacional sólida.

Conclusión de la encuesta a docentes

En definitiva, la encuesta ha proporcionado una valiosa retroalimentación que refleja tanto los logros como los desafíos que enfrenta la comunidad educativa. Si bien los docentes valoran el trabajo realizado, también han identificado áreas de mejora que requieren atención. Es fundamental que todos los actores involucrados, incluyendo a los padres, asuman un papel activo en este proceso de mejora continua. Al trabajar en colaboración, podemos crear un ambiente escolar donde cada estudiante se sienta valorado.

y apoyado en su desarrollo integral.

Encuesta a los estudiantes (Ver anexo 2) Preguntas y Análisis

1. ¿Conoces qué es la gestión de comunicación estratégica en la institución educativa?

Un 50% indicó no tener idea, un 37% expresó tener una idea general, y un 13% reconoció no saber qué significa

2. ¿Consideras que la institución educativa comunica de manera efectiva su misión, visión y valores?

un 50% indicó que la institución comunica su misión, visión y valores de manera clara, constante y efectiva; mientras que el otro 50% señaló que esta comunicación ocurre en algunas ocasiones.

3. ¿A través de qué canales te informas sobre las actividades y novedades de la institución?

El 87% clara preferencia por WhatsApp como medio de comunicación, mientras que solo el 13% mencionó las carteleras.

4. ¿Consideras que los canales de comunicación utilizados por la institución son efectivos para llegar a ti?

El 62% afirma estar siempre informado. No obstante, un 38% considera que la información podría ser más variada;

5. ¿Te sientes identificado/a con los valores y la misión de la institución?

El 50% de los encuestados se siente definitivamente identificado, el otro 50% expresa una identificación parcial.

6. ¿Crees que la comunicación estratégica contribuye a fortalecer el sentido de pertenencia a la institución?

Un 50% considera que existe una cierta contribución, un 25% afirma que la comunicación estratégica es definitivamente importante. No obstante, un 25% muestra una postura más desconfiada

7. ¿Qué aspectos de la comunicación institucional te gustaría mejorar?

El 50% sugiere que los canales de comunicación sean más atractivos, el 37% propone una mayor frecuencia y el 13% destaca la relevancia de los temas.

8. ¿Qué tipo de información te gustaría recibir con más frecuencia por parte de la institución?

Si bien un 38% expresó interés en todas las opciones, un 37% se inclinó por noticias y eventos, y un 25% mencionó la información académica.

9. ¿Cómo percibes el ambiente educativo en la institución educativa?

El 75% lo calificó como excelente y el 25% restante como bueno.

10. ¿Qué otras sugerencias tienes para mejorar la comunicación estratégica de la institución?

El respeto.

Necesitamos mantener más la comunicación más rápida

Sería la mejoría de la estrategia de comunicación para los estudiantes

Publicidad de la información de la institución a tiempo

Tabla N° 9: Hallazgos importantes de la encuesta aplicada a los estudiantes.

Conocimiento y Percepción de la Comunicación Institucional	
Conocimiento sobre gestión de comunicación estratégica	El 50% no tiene idea de qué es la gestión de comunicación estratégica., el 37% tiene una idea general y 13% no sabe qué significa
Percepción de la efectividad	El 50% considera que la institución comunica su misión, visión y valores de manera clara y constante; el otro 50% señala que esta comunicación ocurre en algunas ocasiones
Identificación con los valores institucionales	50% se siente definitivamente identificado con los valores institucionales, el otro 50% expresa una identificación parcial
Sentido de pertenencia de la comunicación	El 50% considera que la comunicación estratégica fortalece el sentido de pertenencia, el 25% afirma que es importante, y 25% muestra una postura desconfiada.
Promedio	228 / 57%
Canales de Comunicación y Preferencias	
Canales preferidos	87% prefiere WhatsApp como medio de comunicación. 13% menciona las carteleras
Efectividad de los canales	62% afirma estar siempre informado. 38% considera que la información podría ser más variada
Información deseada	38% expresa interés en todas las opciones. 37% se inclina por noticias y eventos. 25% menciona información académica
Propuesta de mejora de la Comunicación	
Mejorar los canales	50% sugiere canales más atractivos. 37% propone mayor frecuencia. 13% destaca la relevancia de los temas.

Otras sugerencias	Respeto. Comunicación más rápida. Mejora de la estrategia de comunicación. Publicidad oportuna de la información
Promedio	107 / 53%
Percepción del Ambiente Educativo	
Percepción positiva	75% califica el ambiente educativo como excelente. 25% lo califica como bueno.
Promedio	173 / 57.6%

Fuente: Encuesta a estudiantes U.E. Pelileo. Aplicado por los investigadores

2.1.8.1.7.2 Discusión de los hallazgos encontrados en los resultados de la encuesta aplicada a estudiantes.

Conocimiento y Percepción de la Comunicación Institucional

El hecho de que el 50% de los estudiantes desconozca la gestión de comunicación estratégica revela una preocupante brecha en la difusión de este concepto dentro de la institución. En consecuencia, se hace evidente la necesidad de implementar acciones de sensibilización y formación dirigidas a todos los actores educativos.

Por otra parte, la percepción dividida sobre la efectividad de la comunicación institucional sugiere que, a pesar de los esfuerzos realizados para comunicar la misión, visión y valores, estos no están siendo percibidos de manera homogénea por el estudiantado. Por tanto, es crucial analizar las razones de esta disparidad para identificar y abordar las áreas de mejora.

Asimismo, el hecho de que el 50% de los estudiantes se sienta parcialmente identificado con los valores institucionales indica que existe un margen de mejora en este aspecto. En este sentido, es fundamental trabajar en acciones que promuevan una mayor internalización de los valores y su vinculación con las experiencias cotidianas de los estudiantes.

Finalmente, aunque la comunicación estratégica contribuye en cierta medida a fortalecer el sentido de pertenencia, el 25% de los estudiantes muestra una postura más desconfiada. Esto sugiere que la comunicación actual no está logrando conectar de manera efectiva con todos los estudiantes. Por lo tanto, es necesario replantear las estrategias comunicativas para garantizar una mayor conexión y engagement (el nivel de compromiso de los usuarios) con la institución educativa.

Canales de Comunicación y Preferencias

Los estudiantes tienen una clara preferencia por WhatsApp, manifestada por el 87% de los encuestados,



refleja una tendencia generalizada entre los jóvenes. El uso de aplicaciones de mensajería instantánea se ha convertido en una forma rápida y eficiente de comunicarse, desplazando paulatinamente a métodos más tradicionales. Sin embargo, a pesar de la popularidad de WhatsApp, las carteleras siguen siendo utilizadas, aunque en menor medida, por un 13% de los estudiantes. Esto evidencia que, si bien los medios digitales dominan las preferencias de comunicación, aún coexisten con métodos más convencionales.

Por otra parte, la percepción de los estudiantes respecto a la información recibida es ambivalente. Si bien la mayoría (62%) afirma estar siempre informada, un porcentaje significativo (38%) considera que la información podría ser más variada. Esto sugiere que, aunque los estudiantes están recibiendo información, existe una demanda insatisfecha por contenidos más diversos y personalizados.

Asimismo, los resultados muestran un interés variado entre los estudiantes por diferentes tipos de información, destacando las noticias, eventos e información académica. En consecuencia, es fundamental ofrecer una oferta informativa diversificada que responda a las múltiples necesidades de la comunidad estudiantil. De esta manera, se podrá garantizar una comunicación más efectiva y relevante.

Propuesta para mejorar la comunicación

La información recabada mediante la encuesta muestra una evidente necesidad de potenciar la comunicación institucional. En primer lugar, el 50% de los encuestados sugiere que los canales de comunicación sean más atractivos. Esto indica que la forma en que se presenta la información es fundamental para captar la atención de los estudiantes y por lo tanto fomentar su participación.

Asimismo, un 37% de los encuestados propone aumentar la frecuencia de las comunicaciones. Es decir, los estudiantes demandan una actualización constante de la información para mantenerse al tanto de las novedades y oportunidades. Por otro lado, el 13% de los encuestados destaca la importancia de la relevancia de los temas. En otras palabras, los estudiantes valoran que la información sea útil y pertinente para sus intereses y necesidades.

Además de estas propuestas específicas, los estudiantes han sugerido una serie de mejoras generales en la comunicación, como un trato más respetuoso, una comunicación más rápida y una estrategia de comunicación más efectiva. En resumen, los estudiantes buscan una comunicación más personalizada, oportuna y relevante

Percepción del Ambiente Educativo

Los resultados de la encuesta sobre la percepción del ambiente educativo son altamente positivos. Un contundente 75% de los encuestados califica el ambiente educativo como excelente, mientras que el restante 25% lo considera bueno. Estos datos reflejan un alto nivel de satisfacción general con el entorno de aprendizaje.



Conclusión. En definitiva, es importante continuar trabajando para mejorar todos los aspectos del ambiente educativo, incluyendo la comunicación. Para ello, es fundamental realizar una evaluación exhaustiva de la estrategia de comunicación actual con el fin de identificar las fortalezas y debilidades, y así poder diseñar un plan de mejora. Además, se debe aprovechar el potencial de las tecnologías digitales para crear canales de comunicación más interactivos y atractivos para los estudiantes. De esta manera, se podrá fortalecer el vínculo entre la institución y los estudiantes y mejorar la experiencia educativa en general.

2.1.8.1.7.3 Encuesta a padres Ver anexo 3. Preguntas y análisis

Preguntas y análisis de la encuesta a padres de familia.

1. ¿Con qué frecuencia recibe información sobre las actividades y novedades de la Unidad Educativa Pelileo?

Si bien el 50% afirmó que se les informa la mayoría de las veces, por otro lado, el 33% indicó que solo a veces y el 17% restante señaló que siempre.

2. ¿Considera que la información que recibe es clara y precisa?

El 50% afirmó que la información es siempre clara y precisa; el 33% indicó que lo es en la mayoría de las ocasiones; y el 17% restante señaló que solo lo es algunas veces

3. ¿A través de qué canales recibe principalmente la información de la institución?

El 50% utilizan las redes sociales de la institución como su principal fuente de información. Sin embargo, un porcentaje significativo también valora las reuniones informativas 33% y el boletín informativo 17%.

4. ¿Considera que los canales de comunicación utilizados por la institución son efectivos para llegar a usted?

El 83% se sienten bien informados. No obstante, un porcentaje menor 17% considera que la información podría ser más variada.

5. ¿Conoce la misión, visión y valores de la Unidad Educativa Pelileo?

El 50% de los padres encuestados conocen muy bien la filosofía institucional, el otro 50% solo tiene una idea general

6. ¿Cree que la comunicación de la institución refleja los valores y la identidad de la misma?

El 83% percibe una coherencia entre la comunicación institucional y los valores de la institución. No obstante, un pequeño porcentaje 17% expresó ciertas dudas

7. ¿Está satisfecho/a con la información que recibe sobre el desempeño académico de su hijo/a?

El 83% se muestra muy satisfecho con la información que reciben sobre el desempeño académico de sus hijos. Solo un 17% indicó estar satisfecho.

8. ¿Qué tipo de información adicional le gustaría recibir sobre su hijo/a?

El 100% considera fundamental recibir informes detallados sobre el progreso académico de sus hijos.

9. ¿Cuántos hijos tiene estudiando en la Unidad Educativa Pelileo?

El 83% (5 padres de familia) tienen un solo hijo/a estudiando en la unidad educativa; mientras que un padre (17%) tiene dos hijos/as.

10. ¿Qué sugerencias tiene para mejorar la comunicación entre la institución y los padres de familia?

Esta pregunta es de carácter abierta, misma que tiene las siguientes sugerencias tabuladas de todos los padres de familia encuestados.

Me parece que hasta ahora todo está bien. Ser más atentos con los niños. Acceso a la institución

Que nosotros como padres seamos más responsables en las necesidades de nuestra institución

Felicitaciones siga en el trabajo con la comunidad educativa con los estudiantes

Empatía entre los actores educativos.

Tabla N° 10: Hallazgos importantes.

Canales de Comunicación y Satisfacción	
Canal principal	Redes sociales 50%,
Otros canales	Reuniones informativas (33%) y boletín informativo (17%).
Satisfacción con los canales	El 83% se siente bien informado, pero un 17% desea más variedad
Conocimiento institucional	
Misión, visión y valores	El 50% conoce muy bien la filosofía institucional, el otro 50% tiene una idea general.
Coherencia entre comunicación y valores	El 83% percibe coherencia
Información académica	
Satisfacción con la información	El 83% está muy satisfecho con la información sobre el desempeño académico de sus hijos.
Información adicional deseada	Informes detallados sobre el progreso académico.
Mejora de la comunicación entre la institución y los padres de familia.	Mayor atención a los niños.
	Mayor responsabilidad de los padres.
	Felicitaciones por el trabajo con la comunidad educativa.
	Empatía entre los actores educativos.
	Acceso a la institución.



Conclusiones

Los padres de familia valoran la comunicación que reciben de la institución, especialmente a través de las redes sociales. Sin embargo, existe un espacio para mejorar en cuanto a la frecuencia y variedad de la información. Además, hay un alto interés en recibir informes detallados sobre el progreso académico de sus hijos.

Fuente: Encuesta a padres de familia U.E. Pelileo. Aplicado por los investigadores.

2.1.8.1.7.5. Discusión de resultados de la encuesta a padres de familia de la Unidad educativa Pelileo.

Canales de comunicación y satisfacción

Los resultados de la encuesta revelan que las redes sociales son el canal de comunicación principal utilizado por la institución, con un 50% de preferencia entre los padres de familia. Este dato refleja la adaptación de la escuela a las nuevas tecnologías y la importancia de mantener una comunicación constante y actualizada. Sin embargo, es importante destacar que un 33% de los padres aún prefiere las reuniones informativas como canal de comunicación, lo que indica que este formato tradicional sigue siendo relevante para una parte significativa de la comunidad educativa.

En cuanto a la satisfacción general con los canales de comunicación, el 83% de los padres se siente bien informado. No obstante, un 17% desea una mayor variedad de canales o formatos, lo que sugiere la necesidad de explorar nuevas opciones para llegar a todos los padres de familia.

Conocimiento institucional y coherencia

Un aspecto positivo es que el 83% de los padres percibe una coherencia entre la comunicación institucional y los valores de la escuela. Esto indica que la institución está logrando transmitir de manera efectiva su filosofía y misión. De ahí que, solo el 50% de los padres conoce muy bien la filosofía institucional, lo que sugiere que se puede mejorar la difusión de la misión, visión y valores de la Unidad Educativa.

Información académica y sugerencias

La mayoría de los padres (83%) está muy satisfecha con la información sobre el desempeño académico de sus hijos. Este es un aspecto importante, ya que demuestra que la institución está cumpliendo con una de sus principales funciones. En cierta medida, los padres solicitan informes más detallados sobre el progreso académico de sus hijos, lo que indica una demanda por una información más específica y personalizada.

Conclusión. Los padres sugieren una mejora en la comunicación entre la institución y los padres de familia, una mayor atención a los niños, una mayor responsabilidad por parte de los padres, felicitan por el trabajo de la institución con la comunidad educativa y anotan más empatía entre los actores educativos y un mejor acceso a la institución.

Tabla N° 11: Cuadro resumido de las encuestas de los tres grupos

Aspecto	Docentes	Estudiantes	Padres de Familia
Frecuencia de información	Irregular	Deseo más frecuencia	A veces
Claridad de la información	A veces imprecisa	Desea más claridad	A veces imprecisa
Canales de comunicación	Diversos	WhatsApp	Redes sociales, reuniones
Participación	Desean más participación	Desean más participación	Indiferencia
Conocimiento de comunicación estratégica.	Variable	Bajo	Indiferencia
Satisfacción con la información	Moderada	Moderada	Alta en cuanto a información académica
Sugerencias	Mayor claridad, participación.	Canales más atractivos, frecuencia	Informes detallados sobre progreso académico

Fuente: Matriz consolidada a docentes, estudiantes y padres de familia de la U.E. Pelileo, realizado por los investigadores

El análisis revela una necesidad generalizada entre estudiantes y docentes para mejorar la frecuencia y claridad de la comunicación. Los padres, aunque satisfechos con la información académica, también buscan más detalles sobre el progreso de sus hijos. La indiferencia en la participación por parte de los padres sugiere un área potencial para fomentar un mayor compromiso.

Sugerencias.

Docentes. Solicitan mayor claridad y participación en la comunicación.

Estudiantes. Sugieren que se utilicen canales más atractivos y una mayor frecuencia en las

comunicaciones.

Padres de Familia. Piden informes detallados sobre el progreso académico de sus hijos.

Entrevistas a las autoridades.

Pregunta 1. ¿Cuál es su percepción acerca de la comunicación que la institución mantiene con los diferentes grupos de interés (estudiantes, padres de familia, docentes y comunidad)?

Respuestas	
Rectora	Inspectora General
<p>Considero que los canales de comunicación formales establecidos, como reuniones y boletines, son un buen punto de partida. Sin embargo, es necesario evaluar su eficacia en función de la retroalimentación recibida y realizar ajustes para garantizar que la información llegue de manera clara y oportuna. a todos los grupos de interés; fomentar la participación activa de los estudiantes y padres de familia en estos canales, así como explorar nuevas herramientas tecnológicas para mejorar la comunicación y adaptarla a las necesidades de cada segmento.</p>	<p>Hemos implementado una estrategia de comunicación abierta y diversa, utilizando tanto canales formales como informales (como WhatsApp) para mantener informados a todos los grupos de interés. Sin embargo, es fundamental realizar una evaluación constante de la percepción que tienen los estudiantes, padres de familia. familia y docentes sobre nuestra comunicación, y ajustar nuestras estrategias en función de sus necesidades y expectativas. Además, consideramos que la comunicación debe ir más allá de la mera transmisión de información y fomentar la participación activa de todos los actores involucrados.</p>

Pregunta 2. ¿Qué aspectos considera que se hacen bien y cuáles requieren mayor atención?

Respuestas	
Rector/a	Inspector general
<p>Considero que hemos logrado establecer una comunicación interna sólida, basada en la confianza y el diálogo abierto. Esto se evidencia en las reuniones establecidas, comunicados en la cartelera de la institución y plataformas digitales, especialmente Watsap. Sin embargo, reconocemos que la comunicación externa requiere mayor atención, especialmente en lo que respeta al área rural del contexto de la institución.</p>	<p>Si bien hemos realizado esfuerzos para mejorar la comunicación, tanto interna como externa, aún hay margen para crecer. En cuanto a la comunicación interna, consideramos que debemos fortalecer el correo institucional para una comunicación más detallada y relevante. Por otro lado, la comunicación externa requiere una mayor inversión en internet confiable y de mayor velocidad y la gestión de las redes sociales.</p>

Pregunta 3. ¿Podría describir las diferentes estrategias de comunicación que han implementado para consolidar la identidad institucional de la Unidad Educativa Pelileo en los últimos años y cuál es el impacto que han tenido estas acciones en la comunidad educativa y

en la percepción externa de la institución?

Respuestas

Rector/a	Inspector/a general
<p>La Unidad Educativa Pelileo ha implementado diversas plataformas digitales para facilitar la comunicación con los padres de familia, así como horarios de atención presencial. Estas iniciativas han permitido una mayor cercanía con la comunidad y una atención más personalizada. Sin embargo, consideramos que es necesario evaluar la efectividad de estas herramientas y ajustarlas en función de las necesidades de los usuarios.</p>	<p>La Unidad Educativa Pelileo ha efectuado un plan de comunicación integral con el objetivo de fortalecer nuestra identidad institucional y estrechar los lazos con la comunidad. A través del correo electrónico institucional, hemos logrado mantener informados a los docentes sobre las novedades pedagógicas y administrativas. Además, hemos creado un grupo de WhatsApp para facilitar la comunicación urgente con los padres de familia.</p>

Pregunta 4. ¿Podría evaluar los desafíos que enfrenta la gestión de la comunicación estratégica de la institución, considerando tanto los factores internos como externos?

Respuestas

Rector/a	Inspector/a general
<p>Si bien hemos logrado avances significativos en la implementación de una educación inclusiva y sin discriminación, la gestión de la comunicación estratégica aún enfrenta desafíos, internamente, debemos fortalecer los canales de comunicación entre los diferentes estamentos de la institución (docentes, administrativos, estudiantes) para garantizar que todos estén alineados con los objetivos institucionales. Además, es necesario desarrollar una cultura organizacional que fomente la transparencia y la participación activa de todos los miembros de la comunidad educativa externamente, uno de los mayores desafíos es gestionar la diversidad de expectativas de los padres de familia y la comunidad en general, así como mantener una comunicación efectiva con los medios de comunicación.</p>	<p>La institución ha logrado mejorar el aspecto académico y la inclusión de estudiantes de zonas circundantes. De ahí que, es imprescindible examinar los retos que afrontamos. Internamente, debemos optimizar los procesos de comunicación para garantizar que la información llegue de manera oportuna y clara a todos los destinatarios, es necesario fortalecer la capacitación del personal en habilidades comunicativas externamente, uno de los mayores desafíos es gestionar la percepción pública de la institución y responder de manera efectiva a las críticas o rumores que puedan surgir</p>

Pregunta 5. ¿Podría describir las diferentes acciones que tienen proyectadas para consolidar la identidad institucional y garantizar que las mismas contribuyan a fortalecer la misión, visión y valores que caracterizan a la Unidad Educativa?

Respuestas



Rector/a

Inspector/a General

Para consolidar nuestra identidad institucional y fortalecer nuestra misión, visión y valores, se renovará un plan de comunicación integral que incluye:

Evaluación exhaustiva. Realizaremos un diagnóstico detallado de nuestra comunicación actual para identificar fortalezas, debilidades y áreas de mejora.

Gestión estratégica. Implementaremos una estrategia de comunicación que se adapta a las necesidades actuales de nuestra comunidad educativa, utilizando herramientas tecnológicas y plataformas digitales tanto internas como externas.

Difusión institucional. Crearemos un blog institucional como espacio para compartir nuestra misión, visión, valores y logros, fortaleciendo así nuestra identidad y proyectando una imagen positiva hacia el exterior.

Reconocemos que la falta de señal digital en algunas zonas representa un desafío para la comunicación efectiva. Por ello, hemos establecido un plan de comunicación complementario que combina los canales digitales con métodos tradicionales:

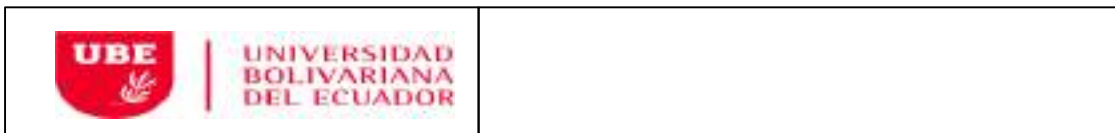
Comunicación tradicional. Mantendremos una comunicación regular y oportuna con los padres de familia a través de canales tradicionales como reuniones presenciales, llamadas telefónicas y boletines informativos, siguiendo un cronograma que no interfiera con las actividades educativas.

Adaptación a las necesidades. Somos conscientes de la importancia de evolucionar continuamente. Por ello, revisaremos periódicamente nuestra misión, visión y valores para asegurarnos de que siguen siendo relevantes y respondan a las necesidades actuales de nuestra comunidad educativa y del entorno en el que vivimos.

Tanto la Rectora como la Inspectora General comparten una visión estratégica de la comunicación institucional, reconociendo la necesidad de alinear las estrategias de comunicación con las necesidades de la comunidad, diversificar los canales de comunicación para alcanzar a todos los públicos, optimizar la comunicación interna. para fortalecer la cohesión institucional, y establecer relaciones sólidas con la comunidad educativa a través de una comunicación transparente y bidireccional. De ahí la necesidad de diseñar o elaborar un plan de comunicación estratégico para fortalecer la identidad institucional de la Unidad educativa Pelileo.

Conclusión y análisis

Para dar respuesta al primer objetivo específico. Diagnosticar la situación de gestión en relación a las estrategias de comunicación actual en la Unidad Educativa "Pelileo", identificando fortalezas, debilidades y oportunidades, en favor del mejoramiento institucional. El análisis comparativo de las encuestas aplicadas a docentes, estudiantes y padres de familia revela un panorama complejo y matizado respecto a la percepción de la comunicación interna en la institución educativa. Por un lado, se observa una convergencia en cuanto a la necesidad de mayor claridad y frecuencia en la información proporcionada tanto a docentes como a estudiantes y padres de familia. Coinciden en que, en ocasiones, la información resulta confusa o llega de manera irregular, se destaca la importancia creciente de los canales digitales,



siendo WhatsApp el favorito entre los estudiantes, mientras que los padres de familia valoran también las redes sociales.

Por otro lado, surgen divergencias significativas. En primer lugar, se evidencia una brecha en el conocimiento sobre comunicación estratégica, siendo los estudiantes quienes demuestran menor familiaridad con este concepto, en cuanto, a los canales de comunicación preferidos, con los docentes mostrando una mayor diversidad y los estudiantes centrándose principalmente en Whatsapp.

Finalmente, las necesidades informativas también varían, siendo los padres de familia quienes exigen información más detallada sobre el progreso académico de sus hijos.

En cuanto al **segundo objetivo específico**. Analizar estrategias de comunicación, que generen la difusión de información práctica a todos los grupos de interés internos y externos de la institución. Los padres y madres de familia buscan una mayor personalización en los informes académicos, lo que les permitiría acompañar de manera más efectiva el proceso de aprendizaje de sus hijos. Asimismo, demandan una mejora en la comunicación Unidad Educativa -Familia, basada en la confianza mutua y la colaboración. Destacan la importancia de una atención más individualizada a los estudiantes y valoran el trabajo que la institución realiza en la comunidad educativa.

El tercer objetivo Diseñar un plan de comunicación y validación, utilizando estrategias manuales y digitales, para conseguir una comunicación rápida y efectiva. Tanto docentes, autoridades y estudiantes y padres de familia comparten una visión estratégica de la comunicación institucional, reconociendo la necesidad de; alinear las estrategias de comunicación con las necesidades de la comunidad, diversificar los canales de comunicación para alcanzar a todos los públicos, optimizar la comunicación interna. para fortalecer la cohesión institucional, y establecer relaciones sólidas con la comunidad educativa a través de una comunicación transparente y bidireccional. De ahí la necesidad de diseñar o elaborar un plan de comunicación estratégico para fortalecer la identidad institucional de la Unidad educativa Pelileo.

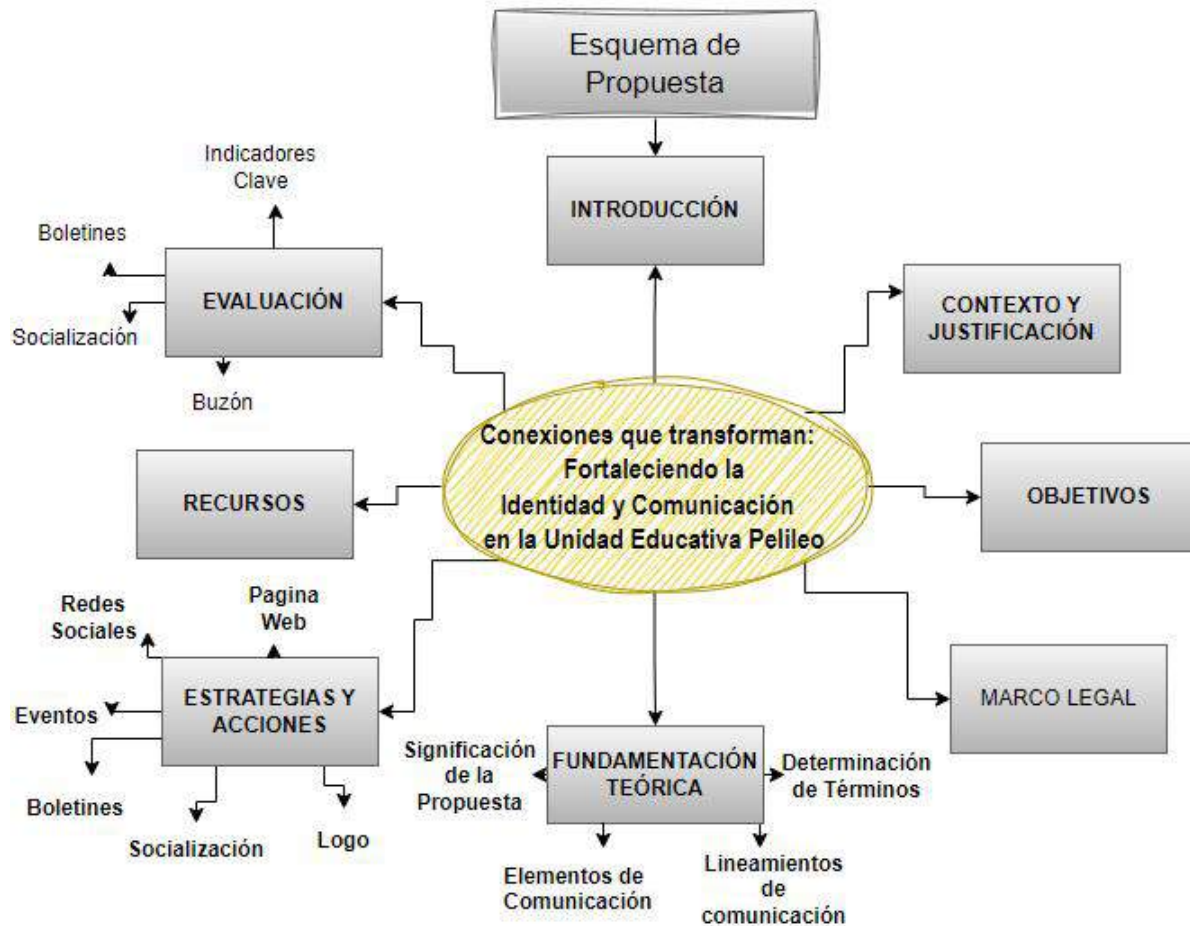
Por lo tanto, Una buena comunicación puede desempeñar un papel decisivo en la gestión estratégica de comunicación la Unidad Educativa, facilitando la interacción y el flujo de información entre todos los actores educativos; para mejorar significativamente los procesos comunicacionales, al mismo tiempo, fortaleciendo su identidad institucional.

PROPUESTA

1. Título

Manual de Comunicación Efectiva e Identidad Institucional, para la Unidad Educativa “Pelileo”

Gráfico N°1: Esquema de Propuesta

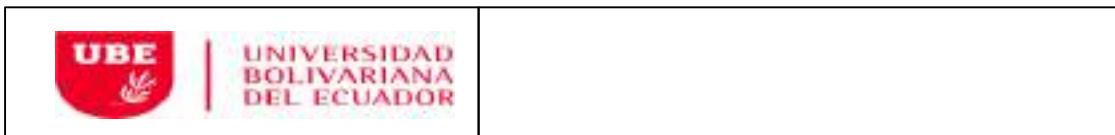


Esquema realizado por los investigadores

2. Introducción

La propuesta Comunicación Efectiva e Identidad Institucional para la Unidad Educativa “Pelileo” surge en un contexto donde la comunicación se ha convertido en un pilar fundamental para el desarrollo y fortalecimiento de las instituciones educativas. En un entorno educativo dinámico y en constante evolución, es esencial establecer un marco comunicativo que no solo facilite la transmisión de información, sino que también promueva un sentido de pertenencia y cohesión entre todos los miembros de la comunidad educativa: docentes, estudiantes y padres de familia.

La comunicación efectiva es clave para garantizar que los mensajes sean claros y comprendidos por todos, lo que contribuye a crear un ambiente de confianza y respeto. Al implementar estrategias que fomentan el diálogo abierto y la retroalimentación constructiva, se busca mejorar la interacción entre los diferentes actores educativos, (internos y externos) lo cual es decisivo para el desarrollo integral comunicativo de la Unidad educativa “Pelileo”



Además, la identidad institucional juega un papel vital en la formación del carácter y valores de los actores educativos. Una identidad bien definida, comunicada y vivida a través de actividades culturales y recreativas, no solo refuerza el orgullo institucional, sino que también fortalece las relaciones interpersonales dentro de la comunidad educativa. Esto resulta en un clima escolar más positivo y motivador, que a su vez potencia el rendimiento académico, imagen e identidad institucional.

En este sentido, esta propuesta se fundamenta en la necesidad de adaptar las estrategias comunicativas a las nuevas realidades del contexto educativo actual. A través de la capacitación continua del personal docente en habilidades comunicativas y la implementación de iniciativas que involucren a toda la comunidad educativa, se pretende no solo mejorar la comunicación interna, sino también consolidar una identidad institucional sólida que contribuya al desarrollo en toda su integralidad institucional.

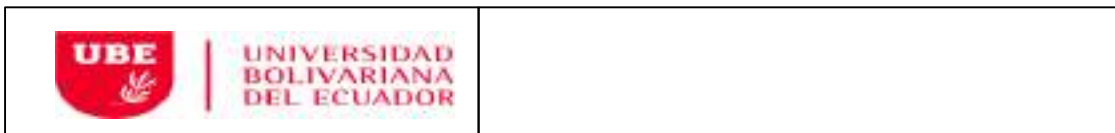
Hoy en día, es esencial tener tácticas que faciliten mantener una comunicación constante, con el objetivo de potenciar la comunicación, en consecuencia, la identidad institucional. Por ello, se elabora este manual como un instrumento de administración estratégica para satisfacer las necesidades comunicativas. Esto permite que toda la comunidad educativa tenga una adecuada comprensión de todos los procesos que se llevan a cabo en la institución.

La Unidad Educativa Pelileo, al reconocer la importancia de conservar un buen medio de comunicación, busca garantizar la implementación de los procesos de comunicación idóneos tanto en el interior como en el exterior de la institución de forma integral, clara y oportuna, consiguiendo que todos los involucrados la entiendan.

Contexto y justificación

La iniciativa "Manual de Comunicación Efectiva e Identidad Institucional" para la Unidad Educativa "Pelileo" se basa en la importancia de construir un sólido marco de comunicación que impulse la unidad y el sentimiento de pertenencia en el entorno educativo. En el sector educativo, la comunicación es un componente importante, decisivo que no solo simplifica la impartición de saberes, sino que también fomenta un clima de confianza y respeto entre todos los participantes: profesores, alumnos y progenitores.

Es esencial la aplicación de tácticas de comunicación eficaces para potenciar la interacción y el intercambio entre los integrantes de la comunidad educativa. Esto promueve rapidez, agilidad y una comunicación clara y bidireccional, la comprensión mutua, disminuye los malentendidos y genera un ambiente favorable para el aprendizaje, puesto que una comunicación transparente y de doble vía promueve la comprensión mutua, disminuye las confusiones y genera un ambiente favorable para la retroalimentación positiva. Al crear vías de comunicación efectivas, es posible reconocer y atender las necesidades educativas de los alumnos, reforzando así su dedicación hacia la institución educativa.



Además, una identidad institucional claramente establecida y transmitida ayuda a crear un sentimiento de pertenencia entre los alumnos. Implicar a toda la comunidad en actividades culturales y de ocio que destaquen los valores y metas de la Unidad Educativa "Pelileo" promueve el orgullo institucional y fortalece las relaciones personales. No solo optimiza el ambiente escolar, sino que también impulsa el desempeño académico al generar un ambiente de trabajo colaborativo y motivador.

En un entorno en el que las dinámicas educativas están en constante cambio, particularmente después de las transformaciones causadas por la pandemia, resulta crucial ajustar las tácticas de comunicación a las nuevas circunstancias. La capacitación constante del equipo docente en competencias comunicativas se transforma en una exigencia para asegurar que todos los integrantes de la comunidad educativa sean capaces de comunicarse adecuadamente.

En conclusión, este proyecto aspira no solo a potenciar la comunicación interna, sino también a robustecer de forma holística la identidad institucional, favoreciendo el crecimiento personal y académico de cada alumno en la Unidad Educativa "Pelileo".

2. Objetivos

2.1. Objetivo general

Fortalecer la identidad institucional de la Unidad Educativa "Pelileo" mediante la implementación de estrategias de comunicación efectiva que promuevan la participación activa de toda la comunidad educativa.

2.2. Objetivos específicos

2.2.1. Desarrollar un programa de comunicación interna y externa que facilite el flujo de información entre docentes, estudiantes y padres de familia, asegurando que todos los miembros de la comunidad educativa estén informados y comprometidos con los valores y objetivos institucionales.

2.2.2. Realizar talleres y capacitaciones sobre comunicación efectiva para el personal docente y administrativo, con el fin de mejorar las habilidades comunicativas y fomentar un ambiente colaborativo dentro de la institución.

2.2.3. Implementar estrategias de sensibilización y fomento de la identidad institucional que integren actividades culturales y recreativas, con el propósito de reforzar el sentido de pertenencia y el orgullo entre los estudiantes y la comunidad educativa en su conjunto.

2.4. Significación del Manual de Comunicación

Esta Guía de comunicación es indispensable e ineludible su acatamiento para todos los integrantes de la Unidad Educativa "Pelileo", para el periodo de su vigencia.

2.4.1. ¿Qué es un Manual de comunicación?

Un manual de comunicación es un texto que define las pautas y procesos para la comunicación en una organización de cualquier naturaleza. En este caso se trata de la Unidad Educativa Pelileo. El propósito principal es garantizar una transmisión clara y eficaz de la información tanto a nivel interno como externo.

2.4.2. ¿Para qué un Manual de Comunicación e identidad institucional?

La comunicación es una materia, un acto humano y un arte en su esencia de evolución continua. Todos, de alguna manera comunicamos algo en el diario vivir, manifiesta en: pensamientos incertidumbres, emociones e insatisfacciones. No obstante, constantemente, a veces pasan desapercibidos.

Se enfrenta al desafío de no ser comprendidos por razones que escapan a su entendimiento, las cuales se derivan de sus propias interacciones. Esto incluye desde signos y símbolos que poseen significados variables entre las personas, hasta la falta de precisión en las palabras utilizadas para elaborar mensajes, tanto verbales como escritos.

Por lo tanto, es esencial establecer políticas que sirvan como guía interna para la Unidad Educativa Pelileo, con el fin de reducir las tergiversaciones y mejorar la eficiencia de la comunicación. Esto permitirá una mayor claridad en la información que circula dentro de la institución. Además, es crucial que todos los miembros de la Unidad Educativa mantengan una comunicación constante y fluida.

2.5. Determinación de términos.

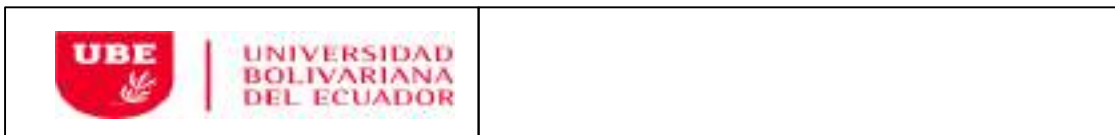
2.5.1. Comunicación Institucional.

La comunicación institucional es una parte fundamental del marketing que busca construir una imagen positiva y coherente de la organización. A través de diversas estrategias comunicativas, como la publicidad, las relaciones públicas y la comunicación digital, se aspira a proyectar una identidad distintiva. Asimismo, la comunicación institucional se enfoca en establecer relaciones sólidas con los públicos de interés, como los miembros que componen la Unidad Educativa (autoridades, docentes, estudiantes, padres y madres de familia autoridades educativas. En consecuencia, una comunicación institucional efectiva contribuye a fortalecer el prestigio de la institución educativa, lo que a su vez le permite obtener una ventaja competitiva en la oferta educativa.

2.5.2. Comunicación efectiva.

La comunicación efectiva se define como aquella en la que el mensaje se transmite con éxito, ya que el receptor entiende tanto el significado como la intención del emisor. Para alcanzar este objetivo, es fundamental que quien emite el mensaje tenga claridad sobre lo que desea comunicar, lo que implica un buen conocimiento del tema en cuestión y la capacidad de formular un mensaje claro y preciso («Comunicación efectiva - Qué es, características y elementos», s. f.).

Es decir, la comunicación efectiva se refiere a la habilidad de transmitir información de forma clara y



comprensible, de modo que el receptor capte tanto el significado como la intención del emisor. Esta competencia es fundamental en los ámbitos laboral, personal y educativo, ya que facilita la expresión de ideas y la comprensión de las perspectivas ajenas.

2.5.3. Importancia de la Comunicación Efectiva

La comunicación efectiva es vital en diversos ámbitos. En la vida cotidiana, facilita las interacciones familiares y sociales, ayudando a resolver conflictos y a establecer relaciones más sólidas.

En el entorno laboral. Es crucial para el éxito organizacional. Un jefe debe ser claro con sus empleados para garantizar que las tareas se entiendan correctamente; de igual manera, los equipos deben comunicarse eficazmente para colaborar en proyectos

En la educación: Los educadores deben comunicarse de manera efectiva para transmitir conocimientos a sus estudiantes, asegurando que comprendan los conceptos enseñados. (Vorecol, 2024)

Para alcanzar una comunicación efectiva, se pueden considerar los siguientes consejos.

Escucha Activa. Es fundamental prestar atención al mensaje del emisor y proporcionar retroalimentación para fomentar una conversación fluida.

Mensaje Claro y Conciso. Es importante definir claramente el objetivo del mensaje y resaltar la información más relevante.

Locución Asertiva. Se debe tener la capacidad de decir "no" y defender la propia posición de manera respetuosa.

Empatía. Es esencial esforzarse por comprender el punto de vista de los demás.

Gesticulación no Verbal. El movimiento del cuerpo puede transmitir más que las palabras en sí.

Abreviar y Reducir. Identificar los puntos clave de información y presentarlos de forma clara es decisivo.

La efectividad en la comunicación está influenciada por diversas claves y variables, y se puede lograr a través de distintos enfoques según el tipo de interacción.

2.6. Comunicación interna

Ocurre entre los integrantes de la comunidad educativa presentes en el establecimiento, incluyendo a los docentes, las familias, los estudiantes, el equipo de dirección y el personal de administración y servicios. Se produce a través de documentos del centro, encuentros, correo electrónico, megafonía, teléfono, tutorías y aplicación de mensajería interna del centro con las familias. Se refieren a información organizacional, tales como datos sobre notas obtenidas, circunstancias específicas, eventos, actividades dirigidas al estudiantado matriculado, noticias, documentos del centro que el docente debe acatar, evaluaciones, entre otros. (Cevallos Martínez, 2019)

2.7. Comunicación externa

La comunicación externa es un aspecto esencial de la comunicación institucional. A través de ella, la

institución educativa se relaciona con su entorno, como los padres de familia, las instituciones del medio y la sociedad en general. Con el objetivo de difundir sus logros y valores, la institución educativa utiliza diversos canales de comunicación, tales como el sitio web, las redes sociales y los medios de comunicación. De esta manera, se construye una imagen positiva y se fortalece la relación con la comunidad. (Sampaolesi, 2021).

2.8. Medio y Canal

Es importante aclarar que, aunque en el lenguaje cotidiano se utilizan indistintamente, los términos canal y medio tienen significados técnicos diferentes. Mientras que el canal es el soporte físico que transporta la información, como el papel o un archivo digital, el medio es el dispositivo o herramienta que permite utilizar ese canal. Por ejemplo, una carta es el canal que transmite un mensaje escrito, pero requiere de un servicio postal para ser enviado, un correo electrónico es un canal digital que se transmite a través de un servidor de correo, que actúa como medio. (Ecuador, 2019)

2.9. Los públicos y actores en educación:

Los actores involucrados en el ámbito educativo pueden clasificarse en dos grandes grupos. Por un lado, tenemos a los actores internos, como estudiantes, profesores y personal administrativo y de servicio, que participan de forma activa que están dentro de la institución educativa. Por otro lado, están los actores externos, como padres, comunidad y entidades reguladoras, distritos, MEC, que ejercen una influencia significativa en las políticas educativas. Esta influencia puede ser directa, como en el caso de los padres que participan en las reuniones escolares, o indirecta, como en el caso de los legisladores que elaboran las leyes educativas (RECLA, 2023).

Al comprender los distintos tipos de partes interesadas, comenzamos a valorar la variedad de intereses y puntos de vista que se encuentran en el sector educativo. Cada grupo de interesados aporta sus propias expectativas y preocupaciones, por lo que es fundamental identificar y armonizar estos diversos intereses para asegurar un sistema educativo justo y eficiente. La clave de una gestión educativa exitosa reside en alcanzar este equilibrio.

2.10. Elementos clave de la comunicación

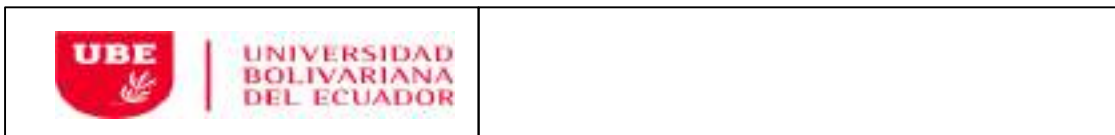
2.10.1. Emisor y Receptor

En este proceso, el emisor es quien crea y envía el mensaje, mientras que el receptor es quien lo recibe e interpreta. La comprensión mutua entre ambos es esencial para que la comunicación sea efectiva

2.10.2. Mensaje

El mensaje debe ser claro y coherente, evitando ambigüedades. Esto significa que debe existir una adecuada relación entre el significante (lo que se percibe) y el significado (lo que se entiende) del mensaje

2.10.3. Canal de Comunicación



Elegir el canal adecuado para la transmisión del mensaje es crucial, ya que diferentes contextos pueden requerir distintos métodos de comunicación (verbal, escrito, visual, etc.) (Rodríguez-Solis, 2022)

2.10.4. Emisores y receptores.

2.10.4.1. Emisores.

Autoridad institucional (Rector/a- Vicerrectorado, Dirección Académica, Director)

Jefes de Departamento y coordinadores de área, Inspectoría general, Departamento de asistencia psicológica (DECE) profesorado, Comité de padres de familia. Consejo estudiantil. Técnico de comunicación informática. Secretaría general. Instituciones Ministeriales (Ministerio de Educación, Subsecretaría de Educación, Zonales del MEC, Distritos, otras instituciones.

2.10.4.2. Receptores.

Estudiantado, Padres y Representantes, Profesorado, asistentes de Educación. Personal de apoyo. Otras instituciones, Distrito educativo. Potenciales involucrados, Público en general

2.11. Lineamientos de comunicación

Se buscará enfatizar los siguientes lineamientos fundamentales con el objeto de fortalecer los aspectos que definen la identidad institucional. De ahí que, la selección y elaboración de contenidos deberá estar en consonancia con estas directrices generales, las cuales funcionan como políticas de comunicación y son aplicables a todos los ámbitos relacionados.

- a.** La institución y sus autoridades se preocupan profundamente por el bienestar y desarrollo de cada uno de los integrantes de nuestra comunidad, reconociendo la importancia de su contribución y valorando sus experiencias individuales.
- b.** Nuestra institución educativa es más que un lugar de aprendizaje; es un espacio donde cultivamos valores y formamos ciudadanos comprometidos. Al fomentar la solidaridad, el respeto y el amor por el medio ambiente, estamos preparando a nuestros estudiantes para construir un futuro más justo y Sostenible. Además, al trabajar en conjunto con la comunidad, estamos creando un entorno donde todos nos sentimos valorados y podemos crecer juntos. De esta manera, contribuimos a la construcción de una sociedad más equitativa y próspera para todos.
- c.** La institución se encuentra plenamente equipada y lista para enfrentar los desafíos y emergencias del entorno educativo, tanto a nivel nacional como global, demostrando así su compromiso inquebrantable con la excelencia y la adaptabilidad en tiempos de cambio.
- d.** A más de estos lineamientos base, se asegura el compromiso de impartir una Educación de Calidad Integral, dedicada a ofrecer una educación que trasciende lo académico; de ahí que, no solo se busca transmitir conocimientos, sino también cultivar individuos íntegros y preparados para el futuro.

Se destaca la formación de estudiantes con valores sólidos como la responsabilidad y el respeto, a través



de actividades que fomentan el desarrollo personal y social. Además, centrados en desarrollar habilidades prácticas como el pensamiento crítico y la resolución de problemas, para que nuestros estudiantes estén listos para enfrentar los desafíos del mundo real.

En este sentido creemos en una comunidad educativa unida, donde docentes, estudiantes y padres trabajan en conjunto para garantizar el éxito de cada alumno. La colaboración y la comunicación efectiva son fundamentales para crear un ambiente de aprendizaje positivo y enriquecedor, brindando una educación integral que prepare a nuestros estudiantes para ser ciudadanos responsables, exitosos y felices.

2. 12. Canales de comunicación

Para asegurar un constante y confiable flujo de comunicación, se reconocen los siguientes canales.

Web oficial de la Unidad Educativa

Las redes sociales de la institución educativa

Email general de la Unidad Educativa

Agenda Educativa

Fono: Celular institucional y teléfono fijo.

2.12. 1. Canales de comunicación externa

2.12.1.1. Redes sociales de la institución

La dirección de las redes sociales de la Unidad Educativa Pelileo, será responsabilidad del comunicador institucional o del docente de informática. La aprobación final de cualquier publicación recaerá exclusivamente en la Rectora o en la Dirección Académica pertinente.

2.12.1.2. Web de la institución

La administración del sitio web institucional estará a cargo del personal designado para las áreas de comunicaciones y tecnología. La aprobación de cualquier contenido publicado en línea recaerá exclusivamente en la máxima autoridad institucional o en la dirección académica o la secretaria (general o académica) correspondiente.

2.12.1.3. Correo electrónico de la institución

El encargo del correo electrónico estará a cargo de la secretarí o persona de confianza designada por la autoridad institucional.

2.12.2. Comunicación Interna

La comunicación interna depara la Unidad Educativa "Pelileo". Se enfoca en las relaciones que se establecen dentro de la institución educativa, promoviendo el intercambio de información entre profesores, alumnos y familias. Emplea recursos como reuniones, correos electrónicos y aplicaciones de mensajería para difundir información sobre actividades, evaluaciones y regulaciones del centro.

2.12.2. 1. Canales de comunicación interna de la Institución

Plataforma de gestión docente.

Carteleras de la institución.

Grupo de WhatsApp unidireccional (Rectorado de la U.E. Pelileo)

Grupos de WhatsApp multidireccionales (áreas, departamentos, subniveles, etc.)

Redes sociales oficiales de la entidad: Tik tok, Instagram, Facebook,

2.12. 2.2. Plataforma de gestión docente:

Esta plataforma sirve para comunicarse con las familias, evaluar al alumnado, administrar recibos, crear recursos digitales y más acciones.

2.12.2.3. Sitios Informativos

Los sitios informativos se renovarán de manera regular con la información que las distintas áreas consideren relevante para las actividades docentes y estudiantiles en ese momento.

2.12.2.4. Correo Electrónico de la Institución y las diferentes Áreas de trabajo

La responsabilidad de administrar el correo electrónico de la institución recaerá en el rector/a, secretaria (si existe) o técnico encargado.

2.12.2.5. Calendario Educativo

El calendario educativo es un aliado invaluable para los estudiantes, docentes y autoridades, ya que les permite ser más productivos, los docentes y representantes, podrán enviar comunicaciones vía calendario educativo. En suma, es una herramienta importante que contribuye al éxito académico de los estudiantes al fomentar la organización, la gestión del tiempo, la reducción del estrés y la autonomía.

2.12.2.6. Entrevistas

Mediante estas entrevistas, es posible reconocer requerimientos particulares de los alumnos, tales como problemas emocionales o académicos que podrían impactar su desempeño académico. Esta información es fundamental para elaborar intervenciones pedagógicas a tiempo.

Los padres y apoderados tienen la opción de solicitar una entrevista personal para señalar o aclarar alguna situación particular, siguiendo el procedimiento establecido. La comunicación debe seguir el siguiente proceso.

- a. Motivos académicos. Inspector, Coordinador de Área, Profesor de Asignatura, Dirección Académica, Rector/a. según el requerimiento
- b. Motivos disciplinarios. Coordinador, Profesor de Asignatura, Inspectoría General, Encargado de Convivencia Escolar, Dirección Académica, Rector/a.
- c. Los alumnos tienen la obligación de comunicar la situación a cualquier integrante de la Unidad Educativa, ya sea de manera verbal o escrita. Se aconseja que la primera interacción se lleve a cabo

con su docente; no obstante, en situaciones de urgencia, pueden acudir a cualquier maestro, asistente educativo o directivo, dependiendo del tipo de mensaje.

- d. Los funcionarios tienen la facultad de convocar a los padres o representantes para llevar a cabo una entrevista personal relacionada con aspectos académicos o conductuales.

2.12.2.7 Uso del teléfono de la institución

La institución reconoce la importancia de la comunicación entre familias y estudiantes, especialmente en situaciones emergentes, y se recuerda que se debe seguir el conducto regular para cualquier comunicación formal. Los tutores tendrán la posibilidad de llamar a los números institucionales para recibir atención de la Inspectoría General -Convivencia- Dirección Académica - Primeros Auxilios, durante el horario de apertura de la institución educativa.

2.13. Gestión de comunicación de la institución educativa.

La Organización de la comunicación de la institución educativa, alude al procedimiento de estructurar y administrar eficazmente las interacciones y el intercambio de información entre los diferentes participantes de la comunidad educativa institucional, que incluyen alumnos, profesores, padres y personal administrativo. Este procedimiento es esencial para el correcto funcionamiento del centro educativo y se manifiesta mediante un plan de comunicación que define metas, vías y medidas concretas.

2.13.1. Comunicación interna

La comunicación interna de la Unidad Educativa buscará comunicar notificaciones pertinentes e información esencial para la realización de las actividades previstas. Además, intentará transmitir cualquier alerta emergente con rapidez y eficacia a todos los públicos, de acuerdo con la relevancia del contenido.

2.13.2. Acciones de comunicación interna.

Esta comunicación interna está en concordancia con el objetivo primero de este Manual, dichas acciones están pensadas en la ejecución eficaz de la expectativa institucional en comunicación.

- a. Estrategia y acciones precisas. Se anticipa que la comunicación interna se robustece mediante una organización efectiva que transmita de manera clara y oportuna la información necesaria para que los participantes en la organización puedan tomar acción. Con este fin, se elabora el siguiente procedimiento
- b. Definir un plazo máximo de 12 a 24 horas para que los docentes transmitan información a los padres de familia cuando así lo solicite la autoridad institucional, según la urgencia de la información.
- c. Establecer un plazo mínimo y máximo (6 a 12 horas), para responder a los mensajes recibidos a través de la plataforma de gestión docente. (redes sociales individuales o de la institución) Esto se

aplica a los docentes que reciben mensajes que requieren respuesta de estudiantes, representantes, otros docentes o autoridades.

- d. Efectos. Registro digital de comunicación, registro de correos electrónicos del personal docente, padres de familia. Estos datos tendrán el carácter de discreción y solo serán manejados por el o la responsable de comunicación
- e. Asegurar que la comunicación oficial entre la autoridad institucional y el personal docente, administrativo y de apoyo utilice el correo institucional de la Unidad Educativa con plazos mínimos y máximos según el requerimiento del emisor y respuesta del receptor.
- d. Base comunitaria, proyección y actividades concretas. La construcción de una identidad institucional sólida, basada en los valores, la visión y misión de la Unidad Educativa Pelileo, beneficiará a todos los miembros de la comunidad educativa. Para lograrlo, se desarrollará un plan de comunicación que incluirá la creación de un manual de estilo, así como materiales didácticos para socializar los mensajes esenciales con todos los miembros de la comunidad.

2.14. Herramientas de comunicación

Cuando se trata de organizar las tareas, herramientas online o aplicaciones una selección como la que se propone resultará de gran ayuda con diversas herramientas tecnológicas que mejoran la interacción entre docentes, estudiantes y padres. Aquí algunas que se pueden utilizar:

Google Classroom: Facilita la creación de un entorno virtual para estructurar el currículo, interactuar con los estudiantes y administrar las entregas de trabajos.

Edmodo: Esta plataforma de redes sociales educativas promueve la vinculación con las familias, facilitando el envío de mensajes generales o particulares, la compartición de recursos y proyectos.

Microsoft Teams: Proporciona un ambiente de colaboración en el que se pueden llevar a cabo videoconferencias, intercambiar documentos y administrar tareas.

Google Meet: Otra alternativa para videoconferencias que se vincula de manera sencilla con otras herramientas de Google.

2.14.1. Instrumentos para la Gestión Educativa.

e-School: Ofrece instrumentos para la administración del aula, monitoreo del avance del alumno y comunicación con los padres.

Cerebriti Edu: Facilita la evaluación de los estudiantes de forma lúdica mediante juegos, simplificando así la evaluación y el monitoreo del proceso de aprendizaje.

Recursos para la Creación de Contenido

Genially: Facilita la creación de infografías interactivas y otros elementos visuales que pueden emplearse en el aula para captar la atención de los alumnos.



GoConqr: Proporciona una variedad de recursos que los estudiantes pueden emplear para estructurar y administrar sus lecciones

Estas herramientas tecnológicas no solo mejoran la comunicación, sino que también potencian el proceso de enseñanza, al promover un entorno de colaboración y accesibilidad.

2.14.2. Comunicación externa

La comunicación externa de la Unidad Educativa Pelileo buscará reforzar la imagen institucional con el fin de establecer y posicionar a la organización como una entidad educativa preparada para enfrentar los retos de la educación moderna. Se distinguirá por su enfoque en la educación pública y en la formación en valores, orientados a construir una sociedad más equitativa. Además, se pretende dar visibilidad a los procesos y eventos característicos de la institución, así como a los avisos relevantes para todos aquellos interesados.

2.14.3. Acciones

Se implementarán diversas estrategias de comunicación externa, como la producción de materiales impresos y digitales, con el fin de proyectar una imagen positiva de la institución y fortalecer su relación con los públicos externos. Así:

- a. Integrar los mensajes fundamentales en todas las publicaciones dirigidas al público externo.
- b. Establecer una identidad visual y verbal coherente para todas las comunicaciones institucionales.
- c. Organizar una agenda de publicaciones para garantizar la regularidad y calidad de las publicaciones.
- d. Encomendar en el responsable de comunicación la creación de contenido bajo la supervisión de la autoridad institucional.
- e. Manejar diversos canales de comunicación, tanto tradicionales como digitales, para promover la imagen de la institución.

2.14.4. Recursos.

Publicaciones en redes sociales; manual de estilo; publicidad en varios soportes. tecnológicos

2.15. Rutas o flujos de Comunicación

Una ruta o flujo horizontal en la Unidad Educativa Pelileo, se refiere a las interacciones, colaboraciones y comunicaciones que se establecen entre miembros de un mismo nivel educativo. Estos pueden ser estudiantes de un mismo grado, docentes de un mismo departamento o personal administrativo de un mismo rango.

Grafico N°2: Rutas o Flujos de Comunicación

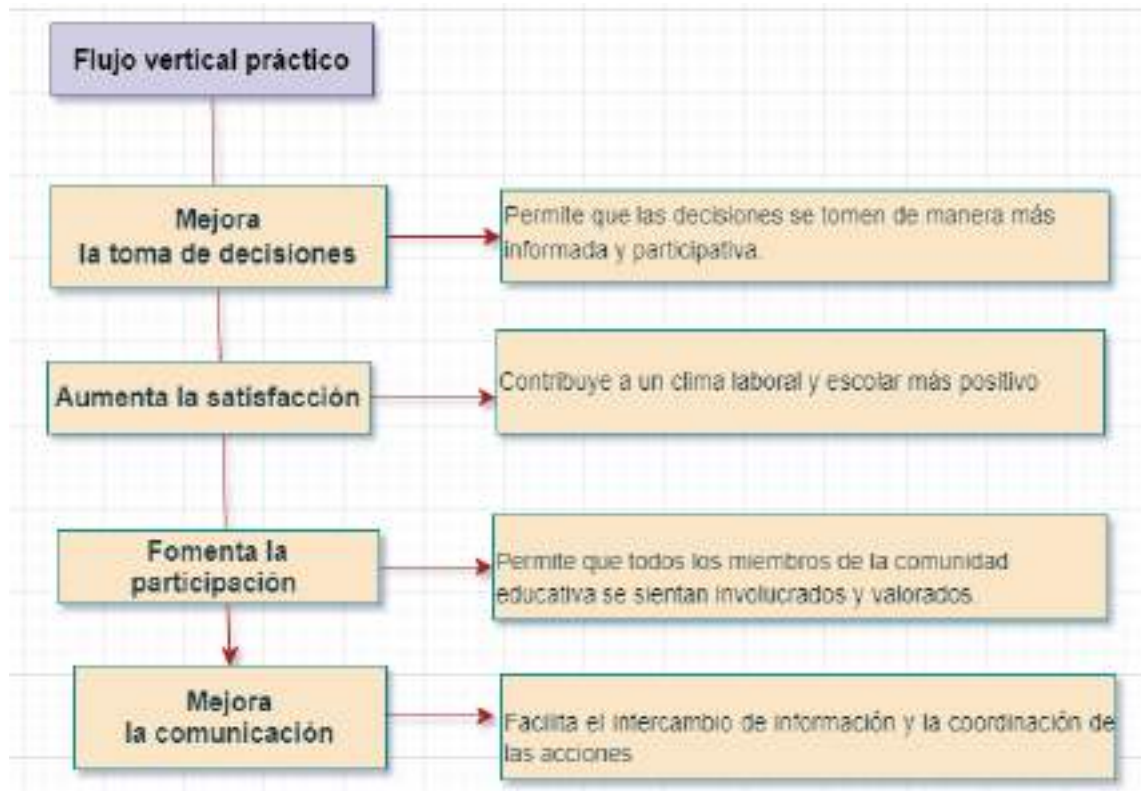
En resumen, los flujos horizontales son esenciales para crear una comunidad educativa dinámica y colaborativa. Elaborado por los autores

Al fomentar la interacción y la colaboración entre los miembros de un mismo nivel, se pueden lograr importantes beneficios tanto a nivel individual como institucional.

2.16. Importancia de los Flujos Verticales

Los flujos verticales tanto ascendentes como descendentes son fundamentales para garantizar un funcionamiento eficiente y eficaz de la institución educativa.

Gráfico N°5: Flujo vertical efectivo



Elaborado por los autores.

Concluyendo, los flujos verticales son esenciales para construir una comunidad educativa sólida y cohesionada. Al fomentar una comunicación abierta y transparente entre todos los niveles de la institución, se puede crear un ambiente de aprendizaje y trabajo más productivo y satisfactorio.

2.17. Flujos Verticales, Ascendentes y Descendentes en la Unidad Educativa

Los flujos verticales en la unidad educativa describen las interacciones y relaciones jerárquicas que se establecen entre los distintos niveles de la institución. Estos flujos pueden ser tanto ascendentes como descendentes y desempeñan un papel fundamental en la organización y funcionamiento de la Unidad

Educativa.

2.17.1. Flujo vertical descendente

El flujo vertical descendente se refiere a la comunicación que se produce desde los niveles superiores hacia los inferiores de la jerarquía educativa. Por ejemplo:

2.17.1.1. Directivos a profesores

Los directivos comunican las políticas institucionales, las metas educativas y las expectativas de desempeño.

2.17.1.2. Coordinadores a profesores

Los coordinadores de área transmiten las directrices y los recursos necesarios para llevar a cabo las actividades educativas.

2.17.1.3. Profesores a estudiantes

Los docentes imparten conocimientos, asignan tareas y evalúan el aprendizaje de los estudiantes.

2.17.2. Características del flujo descendente práctico:

2.17.2.1. Comunicación clara y concisa

Los mensajes se transmiten de manera clara y concisa, evitando ambigüedades.

2.17.2.2. Consistencia

Los mensajes y las expectativas son coherentes y se mantienen a lo largo del tiempo.

2.17.2.3. Participación

Se fomenta la participación de los miembros de los niveles inferiores en la implementación de las decisiones.

2.17.2.4. Apoyo

Los líderes brindan el apoyo necesario para que los miembros de los niveles inferiores puedan cumplir con sus responsabilidades.

Además, la vía descendente hace alusión a la comunicación que surge en un nivel de jerarquía principal y se encamina hacia uno de nivel inferior, sin considerar retroalimentación. Los canales de comunicación que se utilizarán son aquellos que garanticen que el destinatario reciba el mensaje enviado por el remitente: Plataforma institucional, correo electrónico y comunicación escrita en cualquier formato. También se incluye en esta ruta lo que se comunique oralmente durante reuniones de trabajo o en conversaciones laborales.

Solo la ruta o flujo descendente de comunicación tendrá carácter oficial, con el objetivo de prevenir confusiones o tergiversaciones. Es importante considerar el organigrama de la Unidad Educativa en este proceso



2.18. Flujo vertical ascendente

El flujo vertical ascendente se refiere a la comunicación y la interacción que se produce desde los niveles inferiores hacia los superiores de la jerarquía educativa. Por ejemplo:

2.18.1. Estudiantes a profesores

Los estudiantes expresan sus dudas, opiniones o sugerencias a los profesores.

2.18.2. Profesores a coordinadores

Los docentes comparten sus experiencias, necesidades y propuestas con los coordinadores de área o jefes de departamento.

2.18.3. Personal a directivos

Los empleados administrativos informan sobre el funcionamiento de sus áreas y plantean problemas o soluciones a los directivos.

2.18.2. Características del flujo ascendente cierto

2.18.2.1. Canales de comunicación abiertos

Existen mecanismos claros y accesibles para que los miembros de los niveles inferiores puedan expresar sus ideas y preocupaciones.

2.18.2.2. Clima de confianza

Se fomenta un ambiente donde los individuos se sientan seguros para expresar sus opiniones sin temor a represalias.

2.18.2.3. Escucha activa

Los líderes escuchan atentamente las opiniones de sus colaboradores y toman en cuenta sus sugerencias.

2.18.2.4. Retroalimentación constructiva

Se brinda retroalimentación clara y útil para mejorar el desempeño y la satisfacción de los miembros de la comunidad educativa.

Es decir, cualquier miembro de la institución que desee comunicarse con un nivel jerárquico superior tendrá a su disposición los medios y canales necesarios para hacerlo, incluyendo comunicaciones escritas en cualquier formato. También se podrá establecer, de manera excepcional y consensuada, la comunicación telefónica.

Cuando la comunicación esté dirigida a una persona específica, se deberá seguir obligatoriamente el conducto regular. Todas las comunicaciones internas relevantes deberán ser respondidas. En este caso, se entiende que hay retroalimentación. Si un funcionario desea reunirse personalmente con la rectoría, deberá solicitar una cita con la autoridad requerida e indicar el motivo de la entrevista y las personas que participarán en ella.



2.19. Evaluación del manual

¿Cómo saber si las estrategias de comunicación de una institución educativa están dando los resultados esperados? La evaluación es la clave. Al medir indicadores como la participación en eventos, la satisfacción de los usuarios y el alcance en redes sociales, podemos obtener una imagen clara del impacto de nuestras acciones. A través de encuestas, reuniones de retroalimentación y análisis cualitativo, podemos profundizar en las percepciones de los diferentes actores involucrados. Además, el uso de herramientas tecnológicas y la realización de un análisis DAFO nos permiten tomar decisiones informadas. optimizar nuestro plan de comunicación de manera continua.

Ajustes periódicos: Los resultados de la evaluación deben servir como guía para realizar ajustes constantes al plan de comunicación, asegurando así que este se adapta a las necesidades cambiantes de la comunidad educativa.

Se puede concluir que, la evaluación del plan de comunicación es un proceso interactivo que permite identificar fortalezas, debilidades y áreas de mejora. Al combinar diferentes métodos de evaluación, como encuestas, reuniones y análisis de datos, se puede obtener una visión clara de la efectividad del plan y tomar decisiones informadas para optimizar su impacto.

2.19.1. Estrategias evaluativas para el Manual de comunicación

2.19.2. Rúbricas de Evaluación

Las rúbricas son herramientas efectivas para evaluar la participación, disfrute y apreciación de los estudiantes en eventos culturales y artísticos. Un ejemplo de rúbrica incluye criterios como:

2.19.3. Participación activa

Evalúa el entusiasmo y la interacción del estudiante durante el evento.

2.19.4. Disfrute

Mide el nivel de disfrute y emociones positivas expresadas por el estudiante.

2.19.5. Apreciación cultural

Considere la curiosidad y respeto hacia las culturas representadas en el evento.

Cada criterio puede ser calificado en niveles como Excelente, Bueno o Bajo, permitiendo una evaluación detallada del desempeño del estudiante.

2.19.6. Formas de Participación en la evaluación

2.19.6.1. Autoevaluación

Los estudiantes reflexionan sobre su propia participación y aprendizaje.

2.19.6.2. Coevaluación

Los compañeros evalúan la participación de otros.

2.19.6.3 Heteroevaluación

Evaluación realizada por docentes o facilitadores.

Estas formas pueden complementarse con instrumentos como listas de cotejo o escalas de estimación para obtener una visión más completa del proceso educativo en materia de comunicación.

2.1.8.1.10. Conclusiones y recomendaciones

2.1.8.1.10.1. Conclusiones

- El análisis de los resultados de la encuesta a docentes revela una imagen compleja de la comunicación institucional. Si bien existe una percepción positiva de la identidad institucional y de la calidad educativa, se identifican áreas de oportunidad significativas en los procesos de comunicación interna y externa.
- La falta de claridad, frecuencia y participación en la comunicación sobre objetivos y metas genera incertidumbre y desmotivación entre los docentes. Asimismo, las deficiencias en la capacitación y el acceso a herramientas tecnológicas limitan el potencial de desarrollo profesional del personal.
- La visión de los alumnos respecto a la comunicación colectiva institucional. En primer lugar, un alto porcentaje de estudiantes desconoce la gestión de comunicación estratégica, lo que evidencia una brecha significativa en la difusión de este concepto. Por consiguiente, se hace necesaria una mayor sensibilización y formación en este ámbito. Asimismo, la percepción de los estudiantes sobre la efectividad de la comunicación institucional es heterogénea.
- Si bien algunos consideran que la comunicación es efectiva, otros perciben que la información no llega de manera uniforme a todos los estudiantes. Esta disparidad sugiere que es necesario analizar las causas de esta situación y buscar soluciones para mejorar la eficacia de la comunicación. Además, aunque los estudiantes valoran el ambiente educativo en general, existe un margen de mejora en cuanto a la identificación con los valores institucionales. Es decir, si bien los estudiantes están satisfechos con el entorno de aprendizaje, no se sienten plenamente identificados con los principios que rigen la institución.
- En cuanto a los canales de comunicación, los estudiantes muestran una clara preferencia por los medios digitales, especialmente WhatsApp. Sin embargo, también valoran los canales tradicionales como las carteleras. Esta coexistencia de preferencias indica que es necesario utilizar una combinación de herramientas para llegar a todos los estudiantes. Por otra parte, los estudiantes demandan una comunicación más personalizada y relevante. En otras palabras, buscan información que responda a sus intereses y necesidades específicas.
- Esta demanda pone de manifiesto la necesidad de diversificar los contenidos y adaptar la



comunicación a las características de cada grupo de estudiantes. Por consiguiente, la comunicación institucional ha avanzado, pero aún existen áreas de oportunidad para mejorar. Para ello, es necesario fortalecer la formación en comunicación estratégica, personalizar la información, diversificar los canales y evaluar constantemente la efectividad de las estrategias implementada.

- El análisis de los resultados de la encuesta revela una imagen positiva en general sobre los canales de comunicación utilizados por la institución educativa. Las redes sociales se han posicionado como el canal de comunicación principal, demostrando la adaptación de la Unidad educativa a las nuevas tecnologías y las necesidades de los padres de familia. En cambio, es importante destacar que coexisten diversas preferencias, y que aún existe un espacio para mejorar la comunicación, especialmente en términos de variedad de canales, personalización de la información y profundización en el conocimiento institucional por parte de los padres.

2.1.8.1.10.2. Recomendaciones

- Establecer un sistema de comunicación eficaz y sostenible, se propone la implementación de las siguientes acciones interrelacionadas: construir un sistema de comunicación bidireccional definiendo canales claros para cada tipo de mensaje, establecer una frecuencia regular de comunicación y fomentar la participación activa de los docentes a través de diversos mecanismos. Fortalecer las competencias comunicativas, realizando diagnósticos de necesidades, ofrecer capacitaciones personalizadas y facilitar el acceso a herramientas tecnológicas para mejorar las habilidades comunicativas de los docentes.
- Reforzar la identidad institucional, comunicando de manera clara y constante la misión, visión y valores institucionales, vincular las acciones diarias con la identidad institucional y reconocer los logros de los docentes. Por otro lado, se debe implementar un sistema de evaluación y mejora continua, a través del diseño de encuestas, analizar los resultados y ajustar las estrategias de comunicación de manera periódica, para crear una cultura de comunicación abierta y transparente donde los docentes se sientan valorados y participen activamente en la construcción de un proyecto educativo común.
- En lo que se refiere a los estudiantes es importante continuar trabajando para mejorar todos los aspectos del ambiente educativo, incluyendo la comunicación. Para ello, es fundamental realizar una evaluación exhaustiva de la estrategia de comunicación actual con el fin de identificar las fortalezas y debilidades, y así poder diseñar un plan de mejora, aprovechando el potencial de las tecnologías digitales para crear canales de comunicación más interactivos y atractivos para los estudiantes. De esta manera, se podrá fortalecer el vínculo entre la institución y los estudiantes y mejorar la experiencia educativa en general.



- Diversificar y personalizar los canales de comunicación para fortalecer el vínculo con las familias. Si bien las redes sociales son un medio eficaz, es fundamental complementarlas con otros formatos como reuniones informativas y boletines. Además de ampliar los canales, se debe priorizar la personalización de la información, ofreciendo a los padres datos más detallados y específicos sobre el progreso académico de sus hijos.
- Para fomentar una comunicación más bidireccional, es decisivo crear espacios de diálogo donde los padres puedan expresar sus inquietudes y recibir respuestas oportunas. Esto implica no solo escuchar sus opiniones, sino también involucrarlos en la toma de decisiones y en actividades académicas.
- Asimismo, es fundamental fortalecer la identidad institucional. Para ello, se deben implementar estrategias que permitan difundir de manera clara y efectiva la misión, visión y valores de la institución. Esto implica utilizar diversos canales y formatos, como videos explicativos, materiales impresos y actividades lúdicas, que permitan a los padres conocer en profundidad el proyecto educativo.
- Garantizar la accesibilidad a la información y a los canales de comunicación. Esto implica, facilitar el acceso a plataformas digitales, ofrecer materiales en diferentes formatos y organizar eventos que permitan a todos los padres de familia participar, independientemente de sus recursos o conocimientos tecnológicos. Al implementar estas acciones, la institución podrá construir una comunicación más efectiva y satisfactoria, fortaleciendo el vínculo con las familias y contribuyendo a una mejor educación para los estudiantes.



Bibliografía.

Abellán, M. (2020). Social networks' engagement during the COVID-19 pandemic in Spain: Health media vs. healthcare professionals. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(14), 5261.

Aparicio-Martínez, P., Perea-Moreno, A. J., Martínez-Jiménez, M. P., Varo-Martínez, I., & Vaquero, M. (2017). Selección bibliográfica: enfermería. *Revista de Patología Respiratoria*, 20, 1-5.

Bedoya Andrade, I. G. (2023). Propuesta de comunicación estratégica para mejorar los procesos de enseñanza-aprendizaje y comunicación interna y externa de la Unidad Educativa “Ligdano Chávez” . Quito, Ecuador: UASB_DIGITAL.

Burbules, N. C., & Callister, T. A. (2000). *Watch IT: The risks and promises of information technologies for education*. Westview Press

Bravo Herrera, R. I., & Damián Núñez, E. D. (2021). Clima laboral y percepción de la imagen institucional. *PSIQUEMAG/ Revista Científica Digital de Psicología*, 10(1), 1-9. <https://doi.org/10.18050/psiquemag.v10i1.2747>

Burbano Pérez, E. Y. (2020). Importancia De La Cultura Organizacional En Las Instituciones Educativas. *En Societas* (Vol. 22, Número 1, pp. 54-67). <https://doi.org/10.48204/j.societas.v22n1a4>

Cabrera, M. T. F., & Adan, I. A. R. (2017). Gestión educativa estratégica y gestión escolar del proceso de enseñanza-aprendizaje: Una aproximación conceptual. *REencuentro. Análisis de Problemas Universitarios*, 28(73), 45-61.

Díaz-Lazo, J., Pérez-Gutiérrez, A., & Florido-Bacallao, R. (2019). Impacto de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) para disminuir la brecha digital en la sociedad actual. *Cultivos Tropicales*, 32(1), 81-90.

EKMR. (2021, julio 11). Análisis de resultados en el proceso investigativo | Investigaciones | *Investigaciones*. <https://invest.mundotareavirtual.com/generalidades/analisis-de-resultados/>

Educa Edtch Group. (s. f.). *Definición de la palabra logros—Red Educa*.

EKMR. (2021, julio 11). Análisis de resultados en el proceso investigativo | Investigaciones | *Investigaciones*. <https://invest.mundotareavirtual.com/generalidades/analisis-de-resultados/>

Freire, E. E. (2020). *La investigación cualitativa, una herramienta ética en el ámbito pedagógico*. Scielo.

García Barbarán, L. I., Vélez Jiménez, D., García Barbarán, L. I., & Vélez Jiménez, D. (2024). *LIDERAZGO PEDAGÓGICO Y DIRECTIVO EN RELACIÓN CON LA CULTURA ORGANIZACIONAL EN*



INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN BÁSICA REGULAR. *Areté, Revista Digital del Doctorado en Educación*, 10(20), 49-67. <https://doi.org/10.55560/arete.2024.20.10.3>

García-González, J. R., Sánchez-Sánchez, P. A., García-González, J. R., & Sánchez-Sánchez, P. A. (2020). Diseño teórico de la investigación: Instrucciones metodológicas para el desarrollo de propuestas y proyectos de investigación científica. *Información tecnológica*, 31(6), 159-170. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642020000600159>

Gaibor, C. B. G. (s. f.). Licenciada en Mercadotecnia.

Grajales-Montoya, N., Gómez-Bayona, L., & Coronado-Ríos, B. (2021). La comunicación estratégica desde el mercadeo en instituciones educativas *. *Revista CEA*, 7(13), 1-21.

Hoy, W. K., & Miskel, C. G. (2013). *Educational administration: Theory, research, and practice* (9th ed.). McGraw-Hill.

Hernández, E. (2004). Población Muestra Y Muestreo. En *Punto Cero* (Vol. 09, Número 08, pp. 69-74).

Isabel, V. C. M. (s. f.). Proyecto de investigación previo a la obtención del título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. 2019

Kohan, W. (2020). Paulo Freire: otras infancias para la infancia. *Praxis y Sabre*, 11(25), 279-316. <https://doi.org/10.19053/22160159.v11.n25.2020.10482>

(30) *Interrelación entre los modelos de innovación y aprendizaje y su incidencia en el desarrollo del Ecuador*. (s. f.). Recuperado 14 de enero de 2025, de https://www.academia.edu/79520571/Interrelaci%C3%B3n_entre_los_modelos_de_innovaci%C3%B3n_y_aprendizaje_y_su_incidencia_en_el_desarrollo_del_Ecuador

Bravo Herrera, R. I., & Damián Núñez, E. D. (2021). Clima laboral y percepción de la imagen institucional. *PSIQUEMAG/ Revista Científica Digital de Psicología*, 10(1), 1-9. <https://doi.org/10.18050/psiquemag.v10i1.2747>

Burbano Pérez, E. Y. (2020). Importancia De La Cultura Organizacional En Las Instituciones Educativas. En *Societas* (Vol. 22, Número 1, pp. 54-67). <https://doi.org/10.48204/j.societas.v22n1a4>

Comunicación efectiva—Qué es, características y elementos. (s. f.). <https://concepto.de/>. Recuperado 8 de enero de 2025, de <https://concepto.de/comunicacion-efectiva/>

Educa Edtch Group. (s. f.). *Definición de la palabra logros—Red Educa*.

EKMR. (2021, julio 11). Análisis de resultados en el proceso investigativo | Investigaciones | *Investigaciones*. <https://invest.mundotareavirtual.com/generalidades/analisis-de-resultados/>

El papel de la comunicación efectiva en la resolución de conflictos. (s. f.). Recuperado 4 de enero de 2025, de <https://vocol.com/es/articulos/articulo-el-papel-de-la-comunicacion-efectiva-en-la-resolucion-de-conflictos-663>



Elementos De La Comunicación | Aicad. (s. f.). Aicad Business School. Recuperado 4 de enero de 2025, de <https://www.aicad.es/elementos-de-la-comunicacion>

García Barbarán, L. I., Vélez Jiménez, D., García Barbarán, L. I., & Vélez Jiménez, D. (2024). LIDERAZGO PEDAGÓGICO Y DIRECTIVO EN RELACIÓN CON LA CULTURA ORGANIZACIONAL EN INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN BÁSICA REGULAR. *Areté, Revista Digital del Doctorado en Educación*, 10(20), 49-67. <https://doi.org/10.55560/arete.2024.20.10.3>

García-González, J. R., Sánchez-Sánchez, P. A., García-González, J. R., & Sánchez-Sánchez, P. A. (2020). Diseño teórico de la investigación: Instrucciones metodológicas para el desarrollo de propuestas y proyectos de investigación científica. *Información tecnológica*, 31(6), 159-170. <https://doi.org/10.4067/S0718-07642020000600159>

Hernandez, E. (2004). Población Muestra Y Muestreo. En *Punto Cero* (Vol. 09, Número 08, pp. 69-74). *Investigación explicativa: Características, técnicas, ejemplos*. (2020, agosto 27). Lifeder. <https://www.lifeder.com/investigacion-explicativa/>

Investigación no experimental—Qué es, tipos y ejemplos. (s. f.). Recuperado 23 de enero de 2025, de <https://concepto.de/investigacion-no-experimental/>

Investigación transversal: Concepto, características, diseño, tipos, ejemplos. (2021, mayo 30). Lifeder. <https://www.lifeder.com/investigacion-transversal/>

Machala, T. De. (2023). *Dialnet-RelacionesComunicacionalesInternasYExternasEnInsti-9152313*. 8(8), 2031-2053. <https://doi.org/10.23857/pc.v8i8>

Manual de Información y Comunicación para Institución Educativa | PDF | Institución | Información. (s. f.). Scribd. Recuperado 15 de enero de 2025, de <https://es.scribd.com/document/553457123/MANUAL-DE-INFORMACION-Y-COMUNICACION-PARA-INSTITUCION-EDUCATIVA>

Maya, S. E. A. (s. f.). *La identidad institucional como elemento esencial para la reestructuración del Proyecto Educativo Institucional de la Institución Educativa La Libertad, del Municipio de Medellín*.

Medina, M., Rojas, R., Bustamante, W., Loiza, R., Martel, C., & Castillo, R. (2023). *Metodología de la investigación: Técnicas e instrumentos de investigación* (1.ª ed.). Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú. <https://doi.org/10.35622/inudi.b.080>

Méndez, D. M. (2019). La cultura organizacional, elementos generales, mediaciones e impacto en el desarrollo integral de las instituciones. *Pensamiento & Gestión*, 46, 11-47.

Métodos de recolección de información. (s. f.). Recuperado 23 de enero de 2025, de https://ori.hhs.gov/education/products/sdsu/espanol/eg_info.htm

Ocampo, D. S. (2019, diciembre 3). Investigación bibliográfica. *Investigalia*. <https://investigaliacr.com/investigacion/investigacion-bibliografica/>



Parra, A. (2020, abril 24). Muestreo intencional. Características y ejemplos. *QuestionPro*. <https://www.questionpro.com/blog/es/muestreo-intencional/>

(PDF) *La familia y los medios de comunicación*. (s. f.). ResearchGate. Recuperado 5 de enero de 2025, de https://www.researchgate.net/publication/280938925_La_familia_y_los_medios_de_comunicacion

(PDF) *La revisión bibliográfica, base de la investigación*. (s. f.). ResearchGate. Recuperado 21 de enero de 2025, de https://www.researchgate.net/publication/319260924_La_revision_bibliografica_base_de_la_investigacion

Pérez-Sánchez, A. (s. f.). *Undefined*. Recuperado 21 de enero de 2025, de <https://www.temasdepsicoanalisis.org/2022/07/18/revision-de-criticas-a-la-teoria-de-la-identidad-de-genero/undefined>

QServus, M. (2023, noviembre 15). *¿Por qué es importante llenar las encuestas para educación?* Blog QServus. <https://blog.qservus.com/por-que-es-importante-llenar-las-encuestas-para-educacion/>

¿Qué es la investigación descriptiva y cómo se utiliza? (s. f.). ATLAS.ti. Recuperado 21 de enero de 2025, de <https://atlasti.com/es/research-hub/investigacion-descriptiva>

¿Qué es un intangible_ El valor de los activos no materiales. (s. f.).

¿Qué tipos de muestreo estadístico existen? | UNIR. (s. f.). Universidad Virtual. | UNIR Ecuador - Maestrías y Grados virtuales. Recuperado 21 de enero de 2025, de <https://ecuador.unir.net/actualidad-unir/tipos-muestreo/>

RECLA. (2023, junio 8). ▷ Stakeholders en Educación: Actores Clave del Cambio. *RECLA*. <https://recla.org/blog/stakeholders-en-educacion/>

Rodríguez Rodríguez, C., Breña Oré, J. L., & Esenarro Vargas, D. (2021). *Las variables en la metodología de la investigación científica* (1.^a ed.). Editorial Científica 3Ciencias. <https://doi.org/10.17993/IngyTec.2021.78>

Rojas, N., & Miguel, V. (s. f.). *Metodología de la Investigación: Diseño y ejecución*.

Sampaollessi, L. (2021, julio 13). *Comunicación Institucional: Claves para lograr una Institución Educativa Comunicada - AULICUM*. <https://www.aulicum.com/blog/comunicacion-institucional/>

Técnicas de Investigación Social—Análisis e interpretación de resultados. (s. f.). Recuperado 27 de diciembre de 2024, de <https://sites.google.com/view/tecnicasdeinvestigacionsocial/temas-y-contenidos/tema-1-la-investigacion-social/fases-de-la-investigacion-social/analisis-e-interpretacion-de-resultados>

Velázquez, A. (2018, diciembre 28). Investigación no experimental: Qué es, características y ejemplos. *QuestionPro*. <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-no-experimental/>

Vergara, E. (2021). Gestión institucional y planificación estratégica en una institución educativa pública del distrito de Jaén, Cajamarca, Perú. *Revista Científica Pakamuros*, 9(1), 42-53. <https://doi.org/10.37787/pakamuros-unj.v9i1.162>

ANEXOS.

Anexo 1. Encuesta a docentes

Las encuestas docentes son una herramienta fundamental para impulsar el crecimiento profesional y la mejora continua en las instituciones educativas. Al proporcionar una retroalimentación directa y objetiva sobre el desempeño docente y las condiciones laborales, estas encuestas permiten identificar áreas de oportunidad y diseñar estrategias para fortalecer las prácticas pedagógicas y el bienestar del personal. Los datos obtenidos son decisivos para tomar decisiones de desarrollo profesional y la implementación de políticas educativas que responden a las necesidades reales de los docentes.

Pregunta 1. ¿Con qué frecuencia se informa a los docentes sobre los objetivos y metas de la institución?

Cuadro 1.

Alternativas	Frecuencia (f)	Tanto por ciento (%)
Diariamente	10	18
Semanalmente	9	16
Mensualmente	15	27