

Volumen 4 - Número 1 - Enero/Marzo 2018

100-Cs

ISSN 0719-5737

CEPU ICAT

CENTRO DE ESTUDIOS Y PERFECCIONAMIENTO UNIVERSITARIO
EN INVESTIGACIÓN DE CIENCIA APLICADA Y TECNOLÓGICA
SANTIAGO — CHILE

Portada: Felipe Maximiliano Estay Guerrero

100-Cs

CEPU ICAT

CUERPO DIRECTIVO

Director

Dr. Francisco Giraldo Gutiérrez

*Instituto Tecnológico Metropolitano,
Colombia*

Editor

Drdo. Juan Guillermo Estay Sepúlveda

221 B Web Sciences, Chile

Secretario Ejecutivo

Héctor Garate Wamparo

Centro de Estudios CEPU-ICAT, Chile

Cuerpo Asistente

Traductora: Inglés

Lic. Paulinne Corthorn Escudero

221 B Web Sciences, Chile

Traductora: Portugués

Lic. Elaine Cristina Pereira Menegón

221 B Web Sciences, Chile

Diagramación / Documentación

Lic. Carolina Cabezas Cáceres

221 B Web Sciences, Chile

Portada

Sr. Felipe Maximiliano Estay Guerrero

221 B Web Sciences, Chile

COMITÉ EDITORIAL

Dr. Jaime Bassa Mercado

Universidad de Valparaíso, Chile

Dra. Beatriz Cuervo Criales

*Universidad Autónoma de Colombia,
Colombia*

Mg. Mario Lagomarsino Montoya

Universidad de Valparaíso, Chile

Dra. Rosa María Regueiro Ferreira

Universidad de La Coruña, España

Mg. Juan José Torres Najera

Universidad Politécnica de Durango, México

COMITÉ CIENTÍFICO INTERNACIONAL

Dr. Klilton Barbosa Da Costa

Universidad Federal do Amazonas, Brasil

Dr. Daniel Barredo Ibáñez

Universidad Central del Ecuador, Ecuador

Lic. Gabriela Bortz

*Journal of Medical Humanities & Social
Studies of Science and Technology, Argentina*

Dr. Fernando Campos

*Universidad Lusofona de Humanidades e
Tecnologias, Portugal*

Ph. D. Juan R. Coca

Universidad de Valladolid, España

Dr. Jairo José Da Silva

Universidad Estatal de Campinas, Brasil

Dr. Carlos Tulio Da Silva Medeiros

Diálogos en MERCOSUR, Brasil

100-Cs

CEPU ICAT

Dra. Cira De Pelekais

*Universidad Privada Dr. Rafael Beloso Chacín
URBE, Venezuela*

Dra. Hilda Del Carpio Ramos

Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, Perú

Dr. Andrés Di Masso Tarditti

Universidad de Barcelona, España

Dr. Jaime Fisher y Salazar

Universidad Veracruzana, México

Dra. Beatriz Eugenia Garcés Beltrán

Pontificia Universidad Bolivariana, Colombia

Dr. Antonio González Bueno

Universidad Complutense de Madrid, España

Dra. Vanessa Lana

Universidade Federal de Viçosa - Brasil

Dr. Carlos Madrid Casado

Fundación Gustavo Bueno - Oviedo, España

Dr. Luis Montiel Llorente

Universidad Complutense de Madrid, España

Dra. Layla Michan Aguirre

*Universidad Nacional Autónoma de México,
México*

Dra. Marisol Osorio

Pontificia Universidad Bolivariana, Colombia

Dra. Inés Pellón González

Universidad del País Vasco, España

Dr. Osvaldo Pessoa Jr.

Universidad de Sao Paulo, Brasil

Dr. Santiago Rementería

Investigador Independiente, España

Dr. Francisco Texiedo Gómez

Universidad de La Rioja, España

Dra. Begoña Torres Gallardo

Universidad de Barcelona, España

Dra. María Ángeles Velamazán Gimeno

Universidad de Zaragoza, España

CEPU – ICAT

Centro de Estudios y Perfeccionamiento
Universitario en Investigación
de Ciencia Aplicada y Tecnológica
Santiago – Chile

100-Cs CEPU ICAT

Indización

Revista 100-Cs, se encuentra indizada en:



CATÁLOGO



MIAR 2015
Live



CENTRO DE INFORMACION TECNOLOGICA

**LA COMUNICACIÓN EN LAS INSTITUCIONES. ESTUDIO EN LA UNIDAD EDUCATIVA
ANDRÉS F. CÓRDOVA, CIUDAD DE CAÑAR, ECUADOR¹**

**COMMUNICATION IN INSTITUTIONS. STUDY AT THE EDUCATIONAL UNIT ANDRES F. CÓRDOVA,
CITY OF CAÑAR, ECUADOR**

Mg. Cristina Guadalupe Ordóñez Espinoza

Universidad Católica de Cuenca, Ecuador
cgordoneze@ucacue.edu.ec

Mg. Silvio Eduardo Angamarca Calderón

Universidad Católica de Cuenca, Ecuador
sangamarcac@ucacue.edu.ec

Fecha de Recepción: 10 de octubre de 2017 – **Fecha de Aceptación:** 18 de diciembre de 2017

Resumen

El objetivo del presente trabajo fue elaborar el diseño de un plan de comunicación para la Unidad Educativa "Andrés F. Córdova" que permita una gestión efectiva en la comunicación interna con información objetiva y canales bien definidos. Para su desarrollo fue necesario realizar un diagnóstico de la comunicación el mismo que proporcionó aspectos basados en la realidad comunicativa de la institución, observándose que existen deficiencias en los procesos comunicativos que generan problemas entre los miembros. A partir de ello se fijó la metodología, realizando una entrevista y aplicándose encuestas, que nos aportan datos que al analizarlos sirvieron como base para la implementación de estrategias comunicacionales alineadas a los objetivos institucionales traducidas en el plan de comunicación propuesto al ser una herramienta fundamental para el desarrollo institucional, permitirá la resolución de conflictos comunicacionales internos, a través de un correcto funcionamiento de los canales de comunicación por donde la información va a circular de manera efectiva con una retroalimentación exitosa, con mensajes claros, objetivos y oportunos que apoyaran a crear en la institución una cultura comunicativa y un sentido de pertinencia de sus beneficiarios.

Palabras Claves

Comunicación – Organización – Planificación – Estrategias de comunicación

Abstract

The objective of the present work was to design a communication plan for the Educational Unit "Andrés F. Córdova" that allows an effective management in the internal communication with objective information and well defined channels. For its development it was necessary to make a diagnosis of the same communication that provided aspects based on the communicative reality of the institution, observing that there are deficiencies in the communicative processes that generate problems among the members. Based on this, the methodology was established, conducting an interview and applying surveys, which provide us with data that, when analyzed, served as a basis for the implementation of communication strategies aligned with the institutional objectives translated into the proposed communication plan as a fundamental tool for institutional development, will allow the resolution of internal communication conflicts, through a correct functioning of communication channels where information will circulate effectively with successful feedback, with clear, objective and timely messages that support to create in the institution a communicative culture and a sense of relevance of its beneficiaries.

Keywords

Communication – Organization – Planning – Strategy of communication

¹ El artículo es el resultado de una tesis de maestría de la especialidad de Gestión Empresarial.

Introducción

La comunicación se presenta como un medio que nos posibilita generar confianza, efectividad, calidad, respeto y bienestar, por ello, un plan de comunicación es de utilidad para mejorar los procesos de comunicación entre los miembros de la comunidad educativa y será viable porque:

- Organizará los mensajes a difundir hacia los diferentes públicos.
- Generará estrategias de comunicación para fomentar el interés en los aspectos internos de la institución.
- Resolverá los problemas ocasionados por la mal información emitida a través de canales inadecuados.
- Creará medios y canales que permitan un flujo efectivo de información.

Los procesos comunicativos en el ámbito escolar, en ocasiones, se presentan de forma espontánea sin observar lo importantes que son para la generación de aprendizajes significativos en los estudiantes, además se encuentra presente en la relación interpersonal cotidiana manifestándose como un pilar fundamental para las múltiples actividades que desarrollan.

Teniendo en cuenta la cantidad de elemento humano involucrado en este establecimiento educativo y al manejarse con el modelo tradicional de comunicación es decir el esquema (emisor/receptor), se describe el problema como la existencia de deficiencias en la comunicación entre los miembros de la comunidad educativa, lo que afecta el normal desempeño de la institución.

La comunicación adecuada permite obtener un ambiente laboral favorable para que el trabajo en equipo sea un factor primordial en el desarrollo del proceso de enseñanza- aprendizaje. Al existir errores en la difusión y recepción de la información se revelan las deficiencias en los procesos de comunicación causadas por la presencia de barreras semánticas, físicas, psicológicas y administrativas²

Al no contar con canales efectivos de comunicación, la información circula de manera aislada e incompleta en cada área del establecimiento, provocando conflictos laborales y personales, deficientes relaciones humanas, desinterés en las actividades diarias y la ineficiencia en el desempeño laboral, esta problemática constituye un obstáculo para que se desarrollen efectivamente las actividades e incremente la calidad institucional y la labor educativa.

En estos últimos años el Gobierno a través del Ministerio de Educación, busca mejorar el sistema de Educación Media mediante evaluaciones periódicas que según la Ley Orgánica de Educación Intercultural (LOEI) considera que los componentes de evaluación son: Aprendizaje, Desempeño de profesionales de la educación, Gestión de establecimientos educativos y el Desempeño Institucional de los establecimientos educativos como índice de calidad global³.

² R. Valladares, Comportamiento Organizacional (Honduras: Universitaria, 2009).

³ Ley Orgánica de Educación Intercultural disponible en la siguiente dirección: <http://es.slideshare.net/sandy-lorenty/la-loei>

Si se pretende llegar a las personas de una manera adecuada, se debe planificar y establecer un plan de comunicación que representa un paso importante en una institución. El plan de comunicación es un documento que recoge cuales son los objetivos comunicativos de una organización para un periodo de tiempo concreto y la manera en la que piensan satisfacerlos⁴.

Un plan de comunicación debe realizarse a imagen y semejanza de la empresa adaptándose a la estructura de la organización⁵. El plan de comunicación, permite que la comunicación implementada por la institución responda a criterios profesionales, a una metodología y un planteamiento estratégico.

Teniendo en cuenta estos conceptos se debe establecer un plan de comunicación que sirva de apoyo para el correcto funcionamiento de la comunicación en la institución, logrando una gestión informativa y comunicativa que será la base principal para que solucionen la inadecuada interrelación entre los miembros de la institución formando así personas útiles para la sociedad cañareña.

Materiales y métodos

El presente estudio se realizó en la Unidad Educativa Andrés F Córdova de la ciudad de Cañar, con directivos, docentes, personal administrativo, personal de servicio, estudiantes y padres de familia. Esta institución fue creada como escuela de artes y oficios, en la actualidad la institución cuenta con diferentes especialidades

La investigación considera las necesidades comunicativas de la institución, propone estrategias viables y confiables para mantener la información al alcance de todos. Se cuenta con la participación de los miembros de la comunidad educativa.

Es descriptiva. Se busca primero la caracterización del fenómeno en sus aspectos externos, mediante las estrategias de observación. El trabajo de campo posibilita la descripción e interpretación del proceso de comunicación interna de la institución, a la vez que la formulación de las posibles vías para solucionar el problema planteado anteriormente, verificar la hipótesis y formular las primeras versiones del plan de comunicación.

Se utiliza como métodos cuantitativos las herramientas de la estadística y la matemática, este procedimiento facilitará la administración, procesamiento y análisis de los datos de una manera eficaz, con resultados confiables.

El trabajo de investigación no puede realizarse de un modo adecuado y efectivo sin un diagnóstico del desarrollo de la comunicación en la institución, el mismo que persigue el conocimiento y la evaluación del desarrollo de la comunicación a la vez que el reconocimiento de las potencialidades y limitaciones que pueden existir para, sobre esa base, lograr un pronóstico de los posibles caminos de perfeccionamiento y sobre todo de las diferentes acciones de intervención que pueden llevarse a cabo.

⁴ S. Fernandez Lopez, Como Gestionar la comunicacion . En S. F. Lopez, Como Gestionar la comunicación (España: 2007).

⁵ S. Diez Freijeiro, Tecnicas de la comunicacion. Comunicacion en la empresa. En S. D. Freijeiro, Tecnicas de la comunicacion. Comunicacion en la empresa (España: Ideas propias, 2006).

Para la recolección de la información se utilizó una encuesta en forma de cuestionario para su aplicación se elaboraron preguntas en su mayoría de opción múltiple para facilitar el procesamiento de la información recopilada y una entrevista posibilitando obtener información sobre elementos como gestos, posturas, entonaciones de la voz, ritmo y otras muchas expresiones no verbales que la encuesta no recoge y también ofrecen información, esta se aplicó al rector de la institución.

Se seleccionó estos instrumentos de análisis y recolección de datos porque son efectivos y al momento de trabajar con los resultados obtenidos se pueden corroborar la información proporcionada permitiendo de esta manera crear estrategias eficientes para la solución del problema de comunicación en la Institución.

Se utilizó este método hipotético deductivo para la comprobación de la misma.

Es importante conocer cómo se maneja la institución, para ello se estudió el Plan Estratégico Institucional vigente, sus objetivos, metas, reglamentos, organización, entre otro. Además, se utiliza material bibliográfico de fuentes secundarias como libros, tesis, artículos y sitios webs. Se han destacado los cuestionarios, las preguntas en las entrevistas, las conversaciones informales y las consultas a profesionales expertos.

La población implicada en la investigación estuvo integrada por 5 personas entre directivos y administrativos, 79 docentes y 1460 estudiantes

Se obtuvo como resultado un cálculo de la muestra, 59 personas entre docentes y directivos y 172 estudiantes. Se les aplicó la encuesta de manera aleatoria para que los datos obtenidos proporcionen información lo más real posible de la comunicación actual dentro de la institución, que han dado las bases para resultar el plan de Comunicación adecuado para la institución.

Para realizar un plan de comunicación se debe definir lo siguiente:

La visión de plan: ¿Qué es lo que se pretende con él?, ¿Cuál es su rol dentro del plan estratégico de la compañía?

La misión del plan: ¿Cómo voy a hacer para comunicar lo que la organización desea comunicar?

Los objetivos del plan: Expresados en términos de tiempo y de medida (tales como porcentaje, meta numérica, percepciones cualitativas), que involucren lo que se pretende hacer y los actores involucrados.

Las estrategias del plan: Una o varias, definidas en función de los objetivos del plan; recomendable que sean pocas para que se pueda realizar una “administración” de las mismas de manera efectiva.

Las tácticas del plan: Una o varias definidas en función de las estrategias establecidas, las cuales pueden ser cambiadas en la medida en que los indicadores de seguimiento a estas evidencien que no son efectivas.”⁶

⁶ M. C. Ocampo Villegas, Comunicación Empresarial, plan estratégico como herramienta gerencial y nuevos retos del comunicador en las organizaciones (Bogotá: Ecoe, 2011).

El diagnóstico es una fase de la investigación que se realiza a través del proceso de observación y análisis del registro documental para reflejar la realidad comunicacional de la institución, detectando puntos fuertes y débiles y los problemas de comunicación existentes para generar un proceso de cambio.

Para la realización del diagnóstico se considera los resultados de la entrevista aplicada al rector de la Unidad Educativa, y de la encuesta que se aplicó a través de un cuestionario de 15 preguntas para los docentes y administrativos, de 12 preguntas para los directivos y estudiantes, con una posibilidad de calificación según la escala de Linkert con 4 opciones (siempre, casi siempre, casi nunca y nunca), que proporcionó datos relevantes sobre la comunicación actual de la institución.

Resultados

Dentro del organigrama funcional de la institución la estructura en la que se basa para su funcionamiento, distribuyen jerarquías de acuerdo a la máxima autoridad, siendo la junta general de profesores, las unidades departamentales van disminuyendo su rango reflejando los departamentos que se encuentran interrelacionados hasta culminar con los estudiantes, en base a esta información se determinará los procesos comunicativos más adecuados de modo que la información fluya de manera correcta, con canales y estrategias de comunicación que permitan la consecución de los objetivos planteados.

La comunidad educativa (profesores, estudiantes y padres de familia) del Instituto “Andrés F. Córdova” en consenso elaboraron el Ideario del plantel tomando en cuenta los artículos 2, 3 y 4 de la LOEI, el artículo 26 de la Constitución acorde con la Visión y Misión del establecimiento. A continuación, se detalla el Ideario:

- Los estudiantes son parte esencial del quehacer educativo siempre buscando cambio y transformación para mejorar y cumplir con una educación de calidad.
- Se guían positivamente a los estudiantes tratando de que el desarrollo en su profesión en el ámbito laboral se desarrolle con eficiencia y calidad.
- Práctica de valores entre todos los miembros que conforman la institución educativa.
- Incentivar a la trilogía educativa el respeto, conservación a la naturaleza y al medio ambiente.
- La vida institucional está en manos de autoridades, profesores, padres de familia, personal administrativo y de servicio, es decir toda la comunidad inmersa en el proceso.
- Se toma en cuenta el aspecto pedagógico, psicológico, cognitivo y afectivo tratando de alcanzar una formación integral.
- Las necesidades de los estudiantes son atendidas y resueltas por el profesor tutor y el personal competente del Departamento de Consejería Estudiantil.
- Se forman bachilleres con una preparación y formación integral de acuerdo a las especialidades que mantiene el colegio y que se encuentren prestos para desenvolverse en cualquier campo que se les presente en el mundo laboral y social.
- Mantener la educación técnica en el establecimiento basado en los mandatos del ministerio de Educación y el gobierno en turno consiguiendo así una identidad clara, respetable y responsable en honor a nuestra historia que se ha ido forjando

peldaño tras peldaño hasta alcanzar lo que somos hoy en día ante la comunidad educativa, la población y el país en general.

Se observa, durante el estudio que no existe un sistema de comunicación adecuada. Se aprecia además que el flujo de la comunicación informal es más rápido que la formal, pudiendo deberse esto a la ineficiente gestión administrativa que no utilizan correctamente los medios de comunicación para informar de manera clara, precisa y oportuna.

Se expone un personal comprometido con los cuales se puede trabajar para generar en los miembros una cultura comunicativa que permita potenciar las fortalezas existentes y contribuir al crecimiento institucional.

De manera general se establece que la comunicación en la institución es deficiente debido a una mala práctica comunicacional provocando así conflictos que con llevan a un deficiente desempeño en las actividades.

Plan de Comunicación para la unidad educativa Andrés F. Córdova

El plan de comunicación se divulgará a todos los miembros de la institución empleando mayor énfasis en sus objetivos y las obligaciones que corresponde a cada uno para cumplirlo. Dependiendo del tipo de información a divulgar se establecerá el nivel de confidencialidad de la misma, para no crear incertidumbre entre los miembros.

En base a los objetivos específicos se determinan las estrategias y las actividades de cada una de ellas.

Estrategia 1: Adecuación y promoción de los medios de comunicación existentes para un mejor flujo de información.

Actividades	Recursos	Responsables
Ubicar las carteleras existentes en lugares visibles y transitados.	Carteleras. Papelería en general. Recurso humano.	Comisión de comunicación.
Colocar parlantes en cada pabellón de modo que, lo que se informe sea escuchado por todos.	Parlantes. Accesorios en general. Recurso humano y técnico.	Comisión de comunicación.
Socializar a los miembros de la institución los medios que posee y su utilización.	Local adecuado. Papelería en general Herramientas de convocatoria. Recurso humano y técnico.	Jefes de área. Comisión de comunicación.

Tabla 1

Adecuación y promoción de los medios de comunicación existentes

Fuente los autores

Estrategia 2: Implementación de canales formales de comunicación que permitan el cumplimiento oportuno de las actividades.

Actividades	Recursos	Responsables
Crear una intranet para fortalecer el trabajo colaborativo y compartir información de manera oportuna.	Herramientas de software. Computadoras. Recurso humano y técnico.	Departamento de informática. Rector. Comisión de comunicación.
Implementar un buzón de sugerencias que permita que los miembros puedan expresar sus ideas de manera anónima o no.	Espacio adecuado. Buzón. Papelería en general. Recurso humano y técnico.	Comisión de comunicación.
Socializar los nuevos canales y la manera de utilizarlos.	Local adecuado. Herramientas de convocatoria. Papelería en general. Recurso humano y técnico.	Comisión de comunicación. Departamento de informática.

Tabla 2
Implementación de canales formales de comunicación.
Fuente los autores

Estrategia 3: Información clara, precisa, objetiva y oportuna para disminuir la práctica de comunicación informal.

Actividades	Recursos	Responsables
Elaborar una normativa interna que regule los procesos de comunicación.	Papelería en general. Recurso humano y técnico.	Comisión de comunicación. Rector. Consejo ejecutivo.
Realizar talleres sobre la importancia de una información verídica.	Local adecuado. Herramientas de convocatoria. Papelería en general. Recurso humano y técnico.	Comisión de comunicación.

Tabla 3
Información clara, precisa, objetiva y oportuna
Fuente los autores

Estrategia 4: Generar espacios de comunicación donde se pueda informar de manera oportuna.

Actividades	Recursos	Responsables
Realizar reuniones cada mes para mantener informados a los miembros de la institución.	Local adecuado. Herramientas de convocatoria. Papelería en general. Recurso humano y técnico.	Jefes de área. Comisión de comunicación. Rector.
Establecer responsables para mantener actualizada la información en los medios de comunicación.	Papelería en general. Recurso humano y técnico.	Comisión de comunicación. Rector. Consejo ejecutivo.

Tabla 4
Generación de espacios de comunicación
Fuente los autores

La matriz que se utilizará para la presentación del mismo es una Matriz de Verificación de Objetivos en la cual se considera los objetivos tanto institucionales como del plan, para verificar si ambos tienen la misma dirección.

La calificación de la alineación está fijada en 0 si no está alineado con el objetivo estratégico y 5 si está completamente alienado.

Un listado de verificación es una de las formas más objetivas de valorar el estado de ejecución de las tácticas planteadas, para revisar si lo que se está haciendo está bien.

Para lograr un mejor control de las tácticas, se utiliza una matriz propuesta por Ocampo M. en la cual se contempla aspectos importantes sobre la ejecución de la misma. Se debe realizar una matriz por cada táctica.

Táctica	Herramientas	Medios	Proveedor	Mensaje	Tono y lenguaje	Insumos requeridos

Tabla 5

Listado de chequeo

Fuente: Comunicación Empresarial por B. Gálvez y A. Hurtado (2008). Autora M. Ocampo

Previsión de imprevistos

Si al momento de la ejecución del plan se presenta alguna dificultad en las actividades que no permita su correcto funcionamiento como puede suceder, ¿qué pasa si alguien incumple en la cadena?, ¿qué pasa si no sucede esto o aquello?, ¿qué pasa si alguien falta en el momento de la ejecución? y ¿qué pasa si llegó tarde alguna herramienta y como afecta esta al proceso de implementación?, para resolver este tipo de inconvenientes se deberá establecer 4 escenarios de acción:

- 1.- El escenario de la normalidad, se refiere a que todo camina conforme a lo establecido en la planificación.
- 2.- El escenario del realismo, se refiere a la acción real.
- 3.- El escenario pesimista, se refiere a la peor acción que puede suceder.
- 4.- El escenario optimista, se refiere a la menor acción posible.

Para trabajar con estos escenarios se debe determinar los factores claves que puedan empeorar o mejorar la ejecución del plan para ello se establece la siguiente matriz:

Factores Clave	Tiempos Estimados	Escenario pesimista	Escenario Normal	Escenario optimista	Escenario real	Tiempo real

Tabla 6. Matriz por escenarios

Elaboración de mensajes

Fuente: Comunicación Empresarial por B. Gálvez y A. Hurtado (2008). Autora M. Ocampo

En la siguiente matriz se expondrán los aspectos a considerar en la elaboración de los mensajes.

Aspectos	Definición
Información	Mensaje a transmitir
Emisor	De donde proviene la información
Alcance	A quienes llega la información
Grado de confidencialidad	La confidencialidad de la información
Audiencia	Público objetivo a quien va dirigido la información
Tono	El tono a utilizar para emitir el mensaje
Frecuencia de emisión	Cuántas veces será transmitido
Medio de transmisión	A través de que canal será transmitido
Retroalimentación	De qué forma se retroalimentará el mensaje
Reacción del mensaje	Qué efecto tendrá el mensaje en su audiencia

Tabla 7

Cuadro para el diseño del mensaje en base a aspectos

Fuente: Comunicación Empresarial por B. Gálvez y A. Hurtado (2008). Autora M. Ocampo

Es necesario buscar cual es el lenguaje ideal a utilizar para cautivar a cada audiencia objetivo con efectividad, el emisor debe adecuar el mensaje a través del lenguaje para que cada receptor lo capture como debe ser.

Selección de medios

Los medios son las vías por las cuales la estrategia planteada llegará a las audiencias claves, para seleccionar el medio adecuado se debe tener en cuenta las siguientes dimensiones:

- **Participación.** - Tiene relación con el grado de participación que se permite al receptor en el flujo de comunicación, para esta dimensión se tiene los siguientes medios: Carteleras, Correo electrónico, Intranet, Reuniones formales, Teléfono, Reuniones informales, Conversación personal-
- **Rapidez.** - Se refiere a la capacidad de los diferentes medios para informar de manera inmediata.
- **Permanencia.** - Se refiere a la duración en el tiempo que tendrá el mensaje.

Tipo de mensaje	Características de la audiencia	Características del emisor	Medio a utilizar

Tabla 8

Matriz para selección de medios
Ejecución del plan

Fuente: Comunicación Empresarial por B. Gálvez y A. Hurtado (2008). Autora M. Ocampo

En la ejecución del plan de comunicación el punto clave es la elección adecuada de los materiales, las piezas que conformaran toda la comunicación, para tener claro al momento de emitir una comunicación su mensaje, segmentación de público y responsable para ello se usa la siguiente matriz.

Medio/ Vehículo	Propósito	Contenido/ Mensaje	Mensajero	Públicos	Responsable

Tabla 9

Matriz de ejecución del plan de comunicaciones

Fuente: Comunicación Empresarial por B. Gálvez y A. Hurtado (2008). Autora M. Ocampo

Evaluación y control del plan

Es de suma importancia evaluar los procesos de comunicación que se han implementado, con el fin de conocer fallas o fortalezas de los mismos, el control del plan se hará mediante la aplicación de encuestas y la revisión de los buzones de sugerencias, para luego emitir un informe al consejo ejecutivo y realizar una retroalimentación en el caso que existieren fallas.

Conclusiones

Un plan de comunicación apoya a la gestión de la institución, organizando la información y estableciendo canales formales, para que todos los miembros tengan un fácil acceso a la misma y puedan expresar sus opiniones que se pueden considerar para el desarrollo institucional.

Las estructuras internas de comunicación deben ser claramente identificadas para que se conviertan en una fortaleza institucional, permitiendo elevar los niveles de comunicación y satisfacción entre sus clientes internos.

Las nuevas tecnologías son una herramienta de apoyo a la gestión institucional en la cual se ahorra tiempo y dinero, siendo de fácil acceso y logrando una gran rapidez y eficacia en la comunicación interna de la institución.

Las personas encargadas de la emisión de la información deben ser personas comprometidas y capaces de utilizar de manera correcta los canales formales de comunicación para obtener una mejor captación por parte del receptor y así lograr un desempeño adecuado del personal.

Se puede concluir que con esta propuesta de un plan de comunicación se contribuye a mejorar la gestión institucional, creando una cultura comunicativa eficiente, con canales adecuados bien estructurados que brinden satisfacción a sus clientes internos y externos manteniendo a todos sus miembros informados e involucrados en todos los procesos que desarrolle la institución.

Recomendaciones

Entra estas recomendaciones tenemos, a) la puesta en marcha del plan; b) tratar de que las capacitaciones que se den de manera interna apoyen al desarrollo institucional para crear un sentido de pertenencia entre sus miembros; c) emprender las acciones planteadas a través de los medios adecuados para que la información circule la comunicación interna de manera clara; d) establecer un compromiso por parte de los directivos para que el plan de comunicación se desarrolle de manera efectiva; e) crear un espacio para aceptar denuncias, sugerencias y comentarios por parte de los miembros para así mejorar los servicios que presta, f) los procesos de comunicación deben ser evaluados con el fin de retroalimentar y alcanzar el fin deseado; g) la importancia que se debe dar a la comunicación dentro de la institución debe ser significativa sabiendo que es uno de los principales motores que fomenta el desarrollo y h) se debe considerar la utilización de la tecnología dentro del proceso de comunicación interna para una mayor efectividad en la emisión y recepción de información.

Bibliografía

Diez Freijeiro, S. Técnicas de la comunicación. Comunicación en la empresa. En Freijeiro, S. D. Técnicas de la comunicación. Comunicación en la empresa. España: Ideas propias. 2006.

Fernandez Lopez, S. Como Gestionar la comunicación . En S. F. Lopez, Como Gestionar la comunicación. España: 2007.

Ley Orgánica de Educación Intercultural disponible en la siguiente dirección: <http://es.slideshare.net/sandy-lorenty/la-loei>

Ocampo Villegas, M. C. Comunicación Empresarial, plan estratégico como herramienta gerencial y nuevos retos del comunicador en las organizaciones. Bogotá: Ecoe. 2011.

Tecnologías de Información y comunicación del Ministerio de Educación disponible en: www.educación.gob.ec

Valladares, R. Comportamiento Organizacional. Honduras: Universitaria. 2009.

Para Citar este Artículo:

Ordóñez Espinoza, Cristina Guadalupe y Angamarca Calderón, Silvio Eduardo. La comunicación en las instituciones. Estudio en la unidad educativa Andrés F. Córdova, ciudad de Cañar, Ecuador. 100-Cs. Vol. 4. Num. 1. Enero-Marzo (2018), ISSN 0719-5737, pp. 22-33.

100-Cs



Las opiniones, análisis y conclusiones del autor son de su responsabilidad y no necesariamente reflejan el pensamiento de la **100-Cs**.

La reproducción parcial y/o total de este artículo debe hacerse con permiso de **Revista 100-Cs**.