

**PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA EL
FORTALECIMIENTO DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL DEL COLEGIO
PLANETA MÁGICO DE VALLEDUPAR - CESAR**

Presentado por: Carmen Yariness Pino Quintana

Código: 1127060484

**UNIVERSIDAD DE PAMPLONA
FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CÚCUTA**

2019

**PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA EL
FORTALECIMIENTO DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL DEL COLEGIO
PLANETA MÁGICO**

Presentado por: Carmen Yariness Pino Quintana

Código: 1127060484

Trabajo De Grado

Esp. María Alexandra Mora Rueda

Directora Trabajo De Grado

UNIVERSIDAD DE PAMPLONA SEDE CÚCUTA

FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES

COMUNICACIÓN SOCIAL

2019

TABLA DE CONTENIDO

1. CAPÍTULO I PROBLEMA	8
1.1. Contextualización.....	8
1.2. Auditoria de Comunicación	9
2. MATRIZ DOFA	11
2.1 Descripción Del Problema Comunicacional	14
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO	14
2.2. Antecedentes	14
2.3. Bases Teóricas.....	19
CAPÍTULO III.....	24
3. Propuesta Comunicativa	24
3.1. Objetivos	24
3.1.1 General	24
3.1.2. Específicos	24
3.2. Justificación	24
3.3. Descripción de las actividades que componen la propuesta comunicativa	25
Capítulo IV Propuesta Comunicativa	39
CAPÍTULO V	52
CONCLUSIONES.....	52
RECOMENDACIONES.....	53

BIBLIOGRAFÍA	54
ANEXO I	56
ANEXO II	57
ANEXO III	62
ANEXO IV	64

Lista de tablas

Tabla 1 MATRIZ DOFA	25
Tabla 2 Descripción de las actividades.....	27
Tabla 3 Dossier de productos	41

Título de la propuesta

Plan estratégico de comunicación interna para el fortalecimiento de la cultura organizacional del Colegio Planeta Mágico

Resumen

La cultura organizacional es el conjunto de percepciones, sentimientos, actitudes, hábitos, creencias, valores, y formas de interacción dentro y entre los grupos existentes de una empresa, fortalecerla es suma importancia porque permite el crecimiento tanto interno como externo de la organización.

Por eso se hizo necesario la creación de la presente propuesta titulada, Plan estratégico de comunicación interna para el fortalecimiento de la cultura organizacional del Colegio Planeta Mágico, que fue desarrollada en tres puntos importantes: problema, marco teórico, propuesta comunicativa, evaluación de la propuesta comunicativa, los cuales fueron esencial para lograr el objetivo que es apropiamiento y visibilizar la cultura del colegio. Cabe señalar que los datos para la identificación del problema se realizaron desde el enfoque cualitativo y cuantitativo, porque desde la observación directa y recolección de datos se consigue abarcar todo el problema y dar mejor solución.

Palabras claves: comunicación organizacional, cultura organizacional, apropiamiento, canales de comunicación, fortalecimiento.

Abstract

The organizational culture is the set of perceptions, feelings, attitudes, habits, beliefs, values, and forms of interaction within and between the existing groups of a company, strengthening it is very important because it allows both internal and external growth of the organization.

That is why it was necessary to create this proposal entitled, Strategic Internal Communication Plan for the strengthening of the organizational culture of the Magic Planet College, which was developed in three important points: problem, theoretical framework, communicative proposal, evaluation of the proposal communicative, which were essential to achieve the objective that is appropriation and make visible the culture of the school. It should be noted that the data for the identification of the problem were made from the qualitative and quantitative approach, because from direct observation and data collection it is possible to cover the whole problem and provide a better solution.

Key words: organizational communication, organizational culture, appropriation, communication channels, strengthening.

1. CAPÍTULO I PROBLEMA

1.1. Contextualización

La comunicación interna es una herramienta clave en todas las empresas, con un buen empleo de la información corporativa se puede transmitir correctamente a todo el grupo de trabajo los objetivos y valores estratégicos que promueve la organización, lo cual genera una cultura de apropiación, fidelidad y sentido de pertenencia hacia la empresa por parte de su talento humano que se sentirá motivado y valorado al tener definidos los principios, objetivos y metas de la entidad, esto ayudara al mejoramiento y crecimiento permanente.

El colegio Planeta Mágico maneja la educación preescolar, tiene dos años de fundación, cuenta con buenas instalaciones y un equipo de profesionales de calidad, está ubicado en el barrio Santo Domingo de la ciudad de Valledupar. Poco a poco ha ido tomando credibilidad en la zona donde se encuentra, por eso en su segundo año educativo avanzó de 20 niños inscritos a 40.

El colegio no se ha enfocado en el uso de las TIC y tampoco cuenta con un plan de estrategias de comunicación dentro del desarrollo de sus procesos educativos y administrativos, lo que ha generado falencias en la comunicación interna de la institución, sobre todo en su cultura corporativa, toda vez que la forma de comunicarse es mayormente por él voz a voz y el equipo de trabajo y padres de familia no se sienten apropiados de los temas que se realizan en la institución.

Con base en esto, se hace necesario la implementación adecuada de las diferentes herramientas y estrategias que tiene la comunicación interna, donde abarca el equipo de profesionales de la institución y los padres de familia, esto últimos como actores fundamentales en la consecución de logros.

1.2. Auditoría de Comunicación

La auditoría de comunicación interna podría considerarse como el balance obligado del estado actual de ese tipo de comunicación, con el fin de examinar de forma metódica la calidad y el impacto de las comunicaciones internas. Es por eso que auditar la comunicación es una actividad clave para generar credibilidad y eficacia en los procesos de comunicación.

Los objetivos de una auditoría de comunicación están centrados en analizar la estructura interna formal e informal del sistema de comunicación y sus diferentes canales; evaluar los sistemas y procesos de comunicación a nivel interpersonal e interdepartamental; evaluar el impacto que tienen los procesos de comunicación en la satisfacción del trabajo, en la productividad, y el trabajo en equipo; evaluar el papel de la comunicación en la creación, mantenimiento y desarrollo de la cultura organizacional; evaluar si hay distorsiones en el proceso de transmisión de mensajes internos (Pimienta, 2009).

Aunque es de suma importancia la auditoría en una organización, por los diferentes beneficios que aporta, el colegio Planeta Mágico no ha realizado ni está organizada un área específica dedicada a las comunicaciones internas, tampoco cuenta con un líder que logre articular las herramientas necesarias para comunicar; por ello, se requiere formalizar los canales para entregar e informar sobre los acontecimientos de relevancia a padres de familia, estudiantes y equipo de trabajo; por esa razón, solo se realizan reuniones generales para hablar de la formación de los estudiantes, actividades que se llevan a cabo en el colegio, como fechas especiales, informes sobre el trabajo realizado, ya sea con los alumnos o docentes, imprevistos, eficacia del trabajo institucional, seguimiento del manual de convivencia, entre otros.

Por lo anterior se evidencia, que cada reunión aunque se lleva a cabo una vez al mes, y tiene una duración aproximadamente de una hora, no son suficientes, debido a que quién idea, planea y ejecuta estas acciones es la directora o rector del colegio y en ocasiones no están todos los docentes; por otra parte, los padres de familia son informados ya sea por circulares que van dentro del cuaderno del estudiante, mensajes de texto, llamadas telefónicas, mensajes de WhatsApp o por Facebook, lo cual, no es bien estructurado el mensaje y el contenido no es el adecuado para los diferentes canales de la institución.

También mediante el ejercicio de la observación en los temas internos con el equipo de trabajo, quien cumple varias labores es el rector y la directora en su mayoría. Las actividades y festejos escolares son realizados por las docentes, supervisadas siempre de la directora y su duración máxima es de media jornada, y son informadas de esto por medio de reuniones voz a voz.

2. MATRIZ DOFA

Tabla N°1

DOFA	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<p>F1 Cuenta con espacio de integración y recreación.</p> <p>F2 Costos más bajos que la competencia.</p> <p>F3 El equipo de trabajo está altamente calificado.</p> <p>F4 Avalado por secretaria de educación.</p> <p>F5 Su ubicación es accesible y visible.</p> <p>F6 Objetivos, misión y visión claros.</p>	<p>D1 Trayectoria corta.</p> <p>D2 Recursos económicos deficientes.</p> <p>D3 El equipo de trabajo no está apropiado de la cultura organizacional.</p> <p>D4 La parte administrativa no está completa.</p> <p>D5 No es visible su cultura corporativa.</p> <p>D6 Cuenta con pocos canales de comunicación y mal uso de ellos.</p> <p>D7 Falta de acompañamiento de los padres de familia.</p>
OPORTUNIDADES	Estrategias F.O	Estrategias D.O

<p>O1 Capacitaciones o talleres al equipo de trabajo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar actividades y reuniones recreativas para la apropiación de la identidad del colegio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar Integraciones para el apropiamiento de la cultura
<p>O2 Crecimiento institucional.</p>	<p>F1-F5-O1-O2</p>	<p>organizacional del colegio en los padres de familia y docentes. D3-</p>
<p>O3 Apropiación de la cultura corporativa del colegio en todo el equipo de trabajo y padres de familia.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar productos audiovisuales para la difusión de la cultura corporativa del colegio a padres de familia y docentes. F6- O5 	<p>O3</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crear nuevos canales de comunicación interno y fortalecer los existentes para una mejor envío y recepción del mensaje.
<p>O4 Nuevos canales de comunicación eficientes y mejoras en los antiguos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Crear contenido que genere más empatía por parte del público interno. O3- F3 	<p>D5-D6-O4</p> <ul style="list-style-type: none"> • Utilizar herramientas que permitan conocer la opinión del publico interno del colegio y así mejorar la unión. D7-
<p>O5 Visibilizar la cultura corporativa del colegio</p>		<p>O2</p>

<p>AMENAZAS</p> <p>A1 Competencia consolidada en la zona.</p> <p>A2 Perdida de la cultura organizacional del colegio.</p> <p>A3 Discordia en el equipo de trabajo</p> <p>A4 Padres de familia insatisfechos.</p> <p>A5 Canales de comunicación obsoletos.</p>	<p>Estrategias F.A</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mantenerse con los precios más bajos y la buena calidad del servicio, para que siga creciendo en la zona y sea preferido. F2-A1 • Capacitar al equipo de trabajo sobre la cultura organizacional del colegio y su importancia. F6-A2 • Integrar a los padres de familia al colegio y mantenerlos informados de cualquier animalidad. F4-A4 	<p>Estrategias D.A</p> <ul style="list-style-type: none"> • Actividades de fortalecimiento de la cultura y unión en el trabajo. D3- A2-A3 • Progresos en los canales de comunicación y como es enviada la información al público interno. D6-A4-A5

2.1 Descripción Del Problema Comunicacional

La falta de un plan estratégico de comunicación interna e interés por ella, hace que no cuenten con otras herramientas comunicacionales para dar a conocer de manera formal el colegio (equipo de trabajo, visión, misión, los valores y plan de trabajo, entre otros), tampoco cuenta con junta de padres de familia para crear lazos con ellos y la institución; no llevan un control con las reuniones que se realizan ya sea por medio de actas, no cuentan con canales de comunicación dentro de las instalaciones (plataformas digitales, redes, buzón de sugerencia, mural informativo, entre otro).

No manejan estrategias de comunicación interna, que ayuden a tener un mejor desempeño, motivación constante e información asertiva con el equipo de trabajo, igualmente con los padres de familia que son pieza clave para que la institución crezca y se dé a conocer una buena imagen de ella.

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

2.2. Antecedentes

La revisión de investigaciones internacionales, nacionales y regionales enfocadas en la concepción, diseño y desarrollo de planes estratégicos de comunicación interna, revela que no son pocas las experiencias documentadas al respecto, sin embargo, pocas de ellas van dirigidas al ámbito de cultura organizacional y las que si lo hacen presentan una perspectiva transversal del asunto en la que buscan integrar con las diferentes áreas de la organización. En los documentos internacionales se destaca el papel que tiene la comunicación para visibilizar las metas comunes de las compañías e integrar a sus diferentes grupos de interés en torno a su consecución, mientras

los proyectos nacionales reflejan las oportunidades que surgen al favorecer las sinergias entre las acciones de planeación estratégica y las actividades de comunicación que ocurren al interior de las empresas, en cuanto a las investigaciones regionales se destacan casos prácticos donde se evidencian los buenos resultados alcanzados con el diseño e implementación de planes de comunicación que incorporan la visión y expectativa de las organizaciones de cara al futuro, pero sin renunciar a su identidad y al uso inteligente de sus recursos.

En este primer antecedente de Mondragón (2016) titulado “Propuesta para mejorar la cultura organizacional de trabajo de la DGTIC de la SEDESOL” (tesis de posgrado), establece varias estrategias para “fomentar el trabajo en equipo y mejorar los canales de comunicación entre las 5 áreas de la DGTIC”,¹ con las cuales tendrá las bases para convertir a cada una de las áreas que conforman la empresa en una organización de aprendizaje con un sólido conocimiento de su cultura organizacional.

Cabe señalar que, para alcanzar el objetivo general planteado en la propuesta de Álvaro Mondragón, fue posible porque se enfocó no sólo en aprender y familiarizarse con los conceptos sino también entender y enfocarse a desarrollar cada uno de los puntos propuestos en la metodología, los cuales son analizar y conocer la problemática actual al interior de la empresa, el de las buenas prácticas en los rubros de las TIC y estrategias relacionadas a las disciplinas que permiten construir una organización de aprendizaje.

En el segundo antecedente encontrado, Carvajal (2015) llamado “Plan de comunicación interna para fortalecer la cultura organizacional del instituto nacional de estadística y Censos- INEC” (tesis de posgrado) señala que “se abordaron conceptos que facilitaron el entendimiento y la comprensión acerca de la comunicación organizacional, a partir de esa información se obtuvo el enfoque y la línea de pensamiento para desarrollar cada uno de los objetivos”,² lo cual ayudó

¹ Álvaro Mondragón (2016) “Propuesta para mejorar la cultura organizacional de trabajo de la DGTIC de la SEDESOL. México D.F.”

² Karina L. Carvajal (2015) “Plan de comunicación interna para fortalecer la cultura organizacional del Instituto Nacional de Estadística y CENSOS- INEC. Quinto- Ecuador.”

al diagnóstico de comunicación, que al final arrojó que se debía fortalecer la cultura organizacional de la institución, a través de cuatro estrategias aplicadas especialmente a la comunicación interna.

El proyecto tuvo éxito, porque se planificó una serie de estrategias diseñadas para asistir en los procesos productivos y las relaciones laborales de dicha empresa, en la que se propuso dejar de lado las posturas mecánicas y estáticas para abrir paso a la innovación y creación de nuevas ideas. Además, se centró en identificar las diferentes necesidades que se presentaban en la organización.

En el tercer antecedente internacional realizado por Vásquez (2009) bajo el nombre de “La cultura organizacional presente en Dayco Telecom, C.A: Una estrategia para el fortalecimiento del estilo Daycohost a través de su liderazgo gerencial”, (tesis de grado) “pretendía estudiar la cultura corporativa y sus elementos, así como el liderazgo en el marco de una organización determinada”,³ pero más que identificar, delimitar y desglosar la cultura de esta compañía, este proyecto se enfocó en determinar si realmente existía la necesidad de cambiar y en caso de que así fuese, hacia donde debía orientarse los esfuerzos de cambio.

En la realización del proyecto se llevaron a cabo la construcción de un pre-diagnóstico, que orientó la detección de las principales variables a investigar. En el estudio de la cultura organizacional de Dayco Telecom, se basaron en el análisis de historias, creencias, rituales, e imágenes para conseguir la información deseada y cumplir con la finalidad de la propuesta.

En el primer antecedente nacional, Beltrán y Domínguez (2009) denominado “La cultura organizacional y la gestión del conocimiento: análisis en una muestra de empresas de telecomunicaciones ubicadas en la ciudad de Bogotá” (tesis de pregrado) señalan que “se

³ Lic. Milàngela Vásquez (2009) “La cultura organizacional presentada en DAYCO TELECOM, C.A.: una estrategia para el fortalecimiento del estilo DAYCOHOST a través de su liderazgo gerencial. Caracas.”

encontró la relación entre los conceptos de cultura, valores y la gestión del conocimiento con los factores estratégicos de una muestra de empresas de base tecnológica que fomentan la innovación a nivel de la ciudad de Bogotá⁴, y así, se pudo observar la incidencia o importancia que adquieren estos elementos para la consecución de los objetivos empresariales.

Con respecto a lo expuesto anteriormente, se puede pensar que una cultura corporativa es un componente determinante para impulsar la innovación organizacional, ya que mediante una cultura establecida una organización puede promover toda clase de acciones, actitudes, ideas y cambios, que puedan dejar atrás paradigmas ya establecidos y que de algún modo genera valor a la empresa y se considere de un carácter innovador.

La siguiente investigación elaborada por Buitrago y Sanabria (2013), “La cultura organizacional en las instituciones educativas a través de la evaluación de su sistema de comunicación interna” (tesis de posgrado), identifica cómo el sistema de comunicación en las instituciones CED Internacional y Corporación los funámbulos, centro de experimentación artística, incide en la determinación del clima y cultura organizacional⁵.

Tal como lo mencionan, en las instituciones educativas este acto deberá encaminarse en identificar cómo la comunicación se torna eficiente para la mejora de sus procesos organizacionales, porque la definición de un sistema de comunicación interno influye en las formas de gestión, en el clima laboral y posterior consolidación de una cultura organizacional. Por lo tanto, entender la comunicación al interior de las organizaciones es reconocer que este acto supera la acción de informar ya que es una acción que humaniza.

En el último antecedente nacional, encontramos el informe de Gaviria (2014) titulado “Plan de Comunicación Interna y Cultura Organizacional en el Instituto de Deportes y Recreación INDERE del Municipio de La Estrella”⁶ (tesis de pregrado), fue desarrollado con el fin de

⁴ BELTRÁN Y DOMÍNGUEZ (2009) “La cultura organizacional y la gestión del conocimiento: análisis en una muestra de empresas de telecomunicaciones ubicadas en la ciudad de BOGOTÁ. Colombia.”

⁵ MARÍA BUITRAGO Q. Y JAVIER SANABRIA (2013) “La cultura organizacional en las instituciones educativas a través de la evaluación de su sistema de comunicación interna. Bogotá- Colombia.”

fortalecer la interrelación entre los empleados, para que al final genere un impacto positivo en la prestación de los servicios hacia los usuarios y en la optimización de la imagen institucional en la comunidad.

Un plan de Comunicación es importante para obtener credibilidad y estatus, es un instrumento de apoyo para la organización con respecto a su imagen e identidad corporativa, enfocado a cumplir metas, ayuda a marcar prioridades y colocar un sentido de orden y control, pero siempre debe ser estratégico y flexible, con el fin de que el Plan se pueda cambiar, durante el proceso y continuidad.

Entre los proyectos regionales iniciamos con Silva (2016) titulado “Clima organizacional de la cámara de comercio de Valledupar” realizado para (tesis de grado), donde habla en su planteamiento del problema que “la Cámara de Comercio de Valledupar es una entidad con una altísima credibilidad en la sociedad valduparense, sin embargo, la institución no cuenta con estrategias de comunicación claras”,⁷ las cuales permitan un clima organizacional más afable, pero a través de diferentes estrategias realizadas se logró el objetivo principal.

Al mejorar el clima organizacional de una empresa, también se está abarcando su cultura, ya que tienen una estrecha relación, porque al mantener buen manejo de las dos se garantizará una plena satisfacción de sus empleados de acuerdo a sus labores, en coherencia con la misión de ésta, también se logrará extraer lo mejor de cada uno y aportarlo al mejoramiento de la organización.

Pertuz y Pérez (2015) en su investigación “Modelo de cultura organizacional innovadora en caficultores del departamento del Cesar, Colombia”, tratan también de como la cultura organizacional influye y a su vez es influenciada por la calidad del clima laboral, donde señalan

⁷ SILVA (2016) “Clima organizacional de la cámara de comercio de Valledupar. Cesar-Valledupar.”

que “El clima competitivo en el que se desarrollan las organizaciones, en la actualidad requiere el desarrollo de innovaciones, con el objeto de consolidar ventajas competitivas sostenibles. La innovación implica el desarrollo de capacidades organizacionales y humanas, asociadas con la apertura al cambio, la comunicación efectiva, el trabajo en equipo, la aceptación del fracaso, la orientación humana y la creatividad; elementos que en su conjunto responden al tipo de cultura organizacional”.⁸

La cultura innovadora se puede decir que es el impulso a ideas creativas que dan las organizaciones a sus miembros, esto es estímulo para tener un buen ambiente laboral y mejorar las habilidades personales y grupales, lo cual significa lograr los objetivos o metas propuestas.

De igual forma Ustate (2005) señala en su proyecto “Diseño de un plan de mejoramiento para la gestión y desarrollo de la cultura organizacional de La Sociedad Clínica Valledupar”⁹ (tesis de pregrado), puntualiza que la aplicación de herramientas como el clima corporativo trae consigo el mejoramiento organizacional, la satisfacción de todos los participantes en las labores, logra el compromiso de los empleados con la organización, y aumenta el grado de pertenencia por la institución, los cuales eran los aspectos que necesitaban reforzar en la clínica, para apoyar los objetivos por la cual fue creada.

Un adecuado clima organizacional es sin duda la pieza clave en todas las organizaciones y por ende es uno de los factores determinantes en la eficiencia del talento humano, por eso se hace énfasis en ello cuando se habla de cultura organizacional.

2.3. Bases Teóricas

El término comunicación es considerado polisémico ya que hace referencia tanto al

⁸ Pertuz & Pérez (2015) “Modelo de cultura organizacional innovadora en caficultores del departamento del Cesar, Colombia.”

⁹ Alex Ustate (2005) “Diseño De Un Plan De Mejoramiento Para La Gestión Y Desarrollo De La Cultura Organizacional De La Sociedad Clínica Valledupar Ltda. Valledupar-Cesar.”

Uso común como al uso especializado. Así, la palabra comunicación, etimológicamente proviene de la raíz latina *communis* que significa común, a su vez, significa poner a la luz de todos. Por otro lado, el diccionario de la Real Academia Española presenta nueve acepciones de esta palabra. Entre ellos están: 1) acción y efecto de comunicar o comunicarse; 2) trato correspondencia entre dos o más personas; 3) transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor; 4) papel escrito en el que se comunica algo oficialmente.

Según la definición de Davis, K. y Newstrom, J. (2002) *la comunicación* es la transferencia de información y su comprensión entre una persona y otra. Es una forma de ponerse en contacto con otros mediante la transmisión de ideas, hechos, pensamientos, sentimientos y valores. Su objetivo es que el receptor entienda el mensaje tal como lo pretende el emisor y para Robbins, P. (2004), la comunicación cumple con cuatro funciones principales en una organización: control, motivación, expresión emocional e información, y ninguna de éstas debe considerarse más importante que otra.

Por tanto, podemos decir que comunicación organizacional es mucho más que intercambio de datos, ya que también establece las dinámicas de cooperación, de coordinación y de avance conjunto hacia los objetivos de una empresa, esto sirve para la gestión de la organización y la integración de sus distintos elementos, teniendo así un impacto en la productividad y la calidad.

La comunicación organizacional implica una interdependencia entre el ámbito interno y externo. Es aquella actividad capaz de reunir y coordinar a todas las áreas y niveles de la organización en función de su desarrollo y alcance de los objetivos organizacionales. A partir de esta incidencia provee facilidades para la atención e interrelación entre los diferentes públicos desde el análisis, planificación, desarrollo y evaluación de la realidad organizacional.

Cabe señalar que, para Chiavenato, (2013) cada vez más el mundo está evolucionando, por lo tanto, las empresas deben fortalecerse en su interior, para así lograr avanzar, “El valor intrínseco de una organización reside principalmente en sus activos intangibles, es decir, que no se ven, pero que constituyen la verdadera riqueza de la organización y proporcionan la base fundamental y la dinámica que lleva directamente al éxito de las organizaciones”.

Siguiendo la línea de comunicación y ahora basándonos en la comunicación interna, podemos decir que se denomina como el conjunto de actividades efectuadas por una organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantenga informados, integrados y motivados para que contribuyan con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales, Torres L., (2012).

Existen diferentes tipos de comunicación dentro de una empresa, y aunque existen varias divisiones, según Lucas Marín (1997) está:

Comunicación formal: es la comunicación oficial de la empresa, es la emisión de mensajes reconocidos explícitamente por la compañía a través de sus canales oficiales y su seguimiento nos permite conocer los cauces de transmisión de información de la empresa. Además, se encuentra perfectamente definida y representada en el organigrama de la organización, la cual se puede dar de forma descendente, horizontal y ascendente, también se puede sumar una más, la comunicación transversal o entrecruzada.

Comunicación informal: En este caso nos referimos a un tipo de comunicación que complementa a la formal y que no se encuentra planificada. Este tipo de comunicación surge de las relaciones sociales entre las personas que integran la organización, obedece a la

espontaneidad, dando respuesta a la necesidad de comunicación que tienen las personas que forman parte de la empresa.

La definición de cada uno de estos flujos de comunicación anteriormente mencionados en comunicación formal es:

Descendentes: son aquellos mensajes que fluyen desde los superiores hasta los subordinados.

Ascendentes: son aquellos mensajes que fluyen desde los subordinados hasta los superiores

Horizontal: es el intercambio lateral de mensajes entre individuos que se encuentran en el mismo nivel de autoridad dentro de la organización.

Transversal: es el intercambio de información a través de diferentes niveles de la estructura organizativa, no necesariamente de modo jerárquico ni escalonado, y facilita la interacción entre todos los miembros de la organización.

Pero para poder enviar la información deseada es necesario la implementación de los canales de comunicación, los cuales son considerados como el vehículo que transporta los mensajes de la fuente al receptor, es el eslabón físico entre quien envía el mensaje y el receptor del mismo. Cabe señalar que deben ser utilizados adecuadamente según el público al cual se dirige y el tipo de mensaje a transmitir.

Pasando al término de cultura conviene decir que es un reflejo del colectivo de creencias, actitudes y valores de los individuos que le dan forma (Schein, 2010) más que algo definido y definitorio pueden ser entendidos como un proceso de ser, para llegar a ser.

De acuerdo con García (2006), la cultura es responsable de los comportamientos, y según Hellriegel y Slocum (2009), si se quiere llevar a cabo un cambio cultural interno en una

organización, en función de dichos comportamientos, se deben considerar ciertas pautas básicas en las organizaciones:

- 1) se obtiene lo que se habla
- 2) la cultura de trabajo en equipo es reflejo del líder
- 3) no es posible ir más rápido que un paso a la vez
- 4) las organizaciones facultadas requieren confianza.

Para Ritter, (2008) “La identificación es la función que hace de la cultura la personalidad de la organización”. Así como cada individuo posee un carácter específico, cada empresa también tiene un perfil de personalidad propio. Este perfil potencia, por un lado, el reconocimiento en la empresa por parte de terceros y, por el otro, establece posibilidades de identificación para los propios miembros, aumentando sus autoconciencias.

La cultura organizacional es necesaria para lograr el debido proceso de la comunicación interna en cada organización, le da cumplimiento a cada objetivo que tenga la entidad, Beltrán, (2007), dice “El personal de la organización hace de la imagen interna, de su misma creación, del conocimiento de esa imagen y de la cultura corporativa que la genera es crucial para el diseño de cualquier estrategia de comunicación e imagen puesto que existe una relación muy estrecha entre ambos términos, y al mismo tiempo una influencia recíproca”.

La cultura y el clima organizacional van ligados, aunque sus funciones son diferentes, si se apoya en las dos se lograra mayor calidad en la vida de su personal y, como consecuencia, se reflejará en sus productos y servicios. Para Chiavenato, (1992) el clima organizacional constituye el medio interno de una organización, la atmosfera psicológica característica que existe en cada

organización. Así mismo, para Seisdedos, (1996) se denomina clima organizacional al conjunto de percepciones globales que el individuo tiene de la organización, reflejo de la interacción entre ambos. Dice que lo importante es cómo percibe el sujeto su entorno, independientemente de cómo lo perciben otros, por lo tanto, es más una dimensión del individuo que de la organización.

CAPÍTULO III

3. Propuesta Comunicativa

3.1. Objetivos

3.1.1 General

Desarrollar un plan de comunicación interna que permita el fortalecimiento de la cultura organizacional del Colegio Planeta Mágico ubicado en Valledupar - Cesar.

3.1.2. Específicos

- ✓ Analizar los componentes que limitan las comunicaciones internas y la cultura organizacional
- ✓ Identificar canales de comunicación internos y la cultura organizacional de la institución.
- ✓ Diseñar plan de comunicaciones estratégicas para el apropiamiento de la cultura corporativa en los padres de familia y docentes.
- ✓ Establecer nuevos canales de comunicación internos.

3.2. Justificación

Es importante que en cualquier empresa se maneje una buena comunicación organizacional, y se invierta en la construcción de la misma; la cual se refleja a través de hábitos, comportamientos

y creencias establecidas por medio de normas, valores, aptitudes, y expectativas compartidas por parte de todos los miembros de la organización.

Estos factores bien estructurados desempeñan un papel fundamental en el colegio Planeta Mágico, manteniéndolo y fortaleciéndolo a largo plazo, creando así una identidad corporativa fuerte y próspera, la cual será parte de los mismos miembros del equipo que la conforman, conservando un ambiente adecuado en el cual los trabajadores y padres de familia estarán proyectando el mismo ideal para lograr conseguir y cumplir las metas.

Es por eso que se hizo necesario apropiarse y motivar al equipo de trabajo y padres de familia del colegio, creando estrategias de comunicación y utilizando las herramientas necesarias para lograr mejorar los canales de comunicación interna, ya que son clave para alcanzar los objetivos estipulados en este trabajo. Esto aumenta el compromiso de todos los colaboradores, promueve la imagen del colegio y se puede obtener una ventaja sobre la competencia.

3.3. Descripción de las actividades que componen la propuesta comunicativa

Tablas de actividades por cada uno de los objetivos específicos planteados en la siguiente propuesta de trabajo, para fortalecer la cultura corporativa del colegio Planeta Mágico.

Tabla N°2

Objetivo específico I: Analizar los componentes que limitan las comunicaciones internas y la cultura organizacional

Actividades	Objetivo	Justificación	Fecha	Funciones del pasante	Recursos físicos, humanos y económicos	Meta a alcanzar	Producto
Evalúa tu conocimiento	Medir el nivel de conocimiento que tienen sobre cultura organizacional y su importancia en una empresa.	Mediante la encuesta realizada al equipo de trabajo sobre cultura organizacional se logra identificar que tanto saben del tema y que se debe comenzar a fortalecer.	13 de septiembre	-Diseñar encuesta -Tabulación -Informar al equipo de trabajo sobre el tema a tratar	-Hojas -Impresora -Computador -Lapiceros -5 docentes	Se obtuvo un diagnóstico general sobre cultura organizacional dentro del colegio Planeta Mágico	Encuesta Resultado de encuesta.

<p>¿Nos conocemos?</p>	<p>General sentido de pertenencia por la cultura corporativa del colegio Planeta Mágico a todo el equipo de trabajo y directivos.</p>	<p>A través del Foro se da a conocer la importancia de la cultura organizacional del colegio y se identificación de la misma en el equipo de trabajo y directivos.</p>	<p>20 de septiembre</p>	<p>-Informar sobre el foro al equipo de trabajo</p> <p>-Investigación del tema a tratar</p> <p>-Repartición la información</p> <p>-Dar inicio del Foro</p>	<p>-Hojas</p> <p>- Computadora</p> <p>-Impresora</p> <p>-Sillas</p> <p>-Televisor</p> <p>-proyección</p> <p>-5 docentes</p> <p>-2 directivos</p>	<p>Se logró la identificación y apropiamiento de la cultura organizacional del colegio en el equipo de trabajo y directivos.</p>	<p>Fotos del Foro.</p> <p>Temas tratados.</p>
-------------------------------	---	--	-------------------------	--	--	--	---

				-Darle continuidad al Foro			
¿Conoces a tú familia Planetista?	Analizar la opinión que tiene cada uno de los trabajadores sobre la direccionalidad del colegio.	Por medio de entrevistas individuales con cada uno de los trabajadores, se conoce su opinión sobre el objeto social del colegio, su cultura y el trabajo en equipo.	27 de septiembre	-Informar sobre las reuniones -Diseñar preguntas para entrevista -Hacer entrevista con cada uno de los	-Sillas -Hojas -Lapiceros -Mesa -Impresora Computador	Se realizó un Diagnostico individual sobre el objeto social del colegio, su cultura y el trabajo en equipo.	Preguntas realizadas. Fotos de las entrevistas.

				trabajadores y directivos			
--	--	--	--	---------------------------	--	--	--

Objetivo específico II: Identificar el manejo de los canales de comunicación internos y que saben de la cultura organizacional de la institución.

Actividades	Objetivo	Justificación	Fecha	Funciones del pasante	Recursos físicos, humanos y económicos	Meta a alcanzar	Producto
Coleccionando muestras	Identificar todos los canales de comunicación que se utilizan en el colegio.	Se recopiló información de los canales de comunicación que se utilizan en el colegio, para	Durante el mes de septiembre	-Tomar evidencias de los canales que utilizan en el colegio	-Cámara -Computador -5 docentes	Se lograron mejoras en los canales de comunicación ya existentes e implementación de	Fotos de los canales de comunicación antiguos del colegio, con su

		mejorarlos y establecer nuevos canales que ayudaran a una mejor comunicación interna.		-Analizar la forma de utilizar cada uno Crear mejoras e implementar nuevos canales		nuevos canales internos.	respectivo análisis.
Dinos que piensas	Aplicar encuesta a padres de familia acerca del colegio, cultura corporativa y canales de comunicación.	Se obtiene la opinión e ideas de cada uno de los padres de familia sobre el colegio, para mejorar y apropiarlos con la institución.	23 de septiembre	-Informar a los padres de familia sobre la reunión -Diseñar preguntas para encuesta	-Hojas -Sillas -Lapiceros -Impresora -Computador -25 padres de familia -5 docentes -2 directivos	Se obtuvo la opinión de los padres de familia acerca del colegio a nivel interno.	Resultados de encuesta. Fotos del encuentro. Acta de reunión.

				-Dar inicio a la reunión -Tabulación -Creación del acta			
¡Identifícate!	Evaluar a las docentes sobre la cultura organizacional del colegio y su importancia.	Por medio de una reunión se conoció que tanto han aprendido sobre la cultura corporativa del colegio y como se van apropiando de ella.	18 de octubre	-Diseño de la reunión -Realizar de la reunión -Informar de la reunion a todo	-Televisor -Proyección -Computador -Hojas -Material didáctico - Lapiceros	Se consiguió identificar el conocimiento adquirido sobre cultura organizacional del equipo de trabajo	Fotos de la reunion

				el equipo de trabajo y directivos			
--	--	--	--	-----------------------------------	--	--	--

Objetivo específico III: Diseñar plan de comunicaciones estratégicas para el apropiamiento de la cultura corporativa en los padres de familia y docentes.

Actividades	Objetivo	Justificación	Fecha	Funciones del pasante	Recursos físicos, humanos y económicos	Meta a alcanzar	Producto
Fortaleciendo nuestra identidad	Diseñar actividades y reuniones recreativas para	Talleres para todo el equipo de trabajo sobre diferentes temas que van	-30 de septiembre - 14 y 29 de octubre	-Informar sobre los talleres que se realizaran	-Computador -3 colaboradores -Proyección	Se consiguió la apropiación por parte del equipo de trabajo de la misión, visión,	Fotos de los talleres realizados.

	la apropiación de la identidad del colegio.	relacionados con la identidad del colegio.	- 4 de noviembre	-Buscar profesionales para que realicen cada taller	-Televisión	valores y objetivos del colegio.	Acta de cada reunión.
Cultura Planetista	Desarrollar productos audiovisual para la difusión de la cultura corporativa del colegio a padres	Por medio de videos, imágenes y audios creativos, se da a conocer la cultura organizacional del colegio a los padres	-8 y 22 de octubre – 11 de noviembre	-Buscar información para los productos -Diseñar cada uno de los	-Computador -programa de diseño y edición -2 directivos	Se obtuvo difusión de cultura organizacional por medio de productos audiovisual.	Videos e imágenes difundidos de la cultura organizacional.

	de familia y docentes.	de familia y docentes		productos audiovisuales -Difundir los productos audiovisuales			
Uniendo lazos	Elaborar Integraciones para el apropiamiento de la cultura organizacional del colegio en los padres de familia y docentes.	Por medio de las actividades y reuniones se logra acercar e integrar a los padres de familia y las docentes, para así fortalecer la cultura corporativa de la institución.	Durante el mes de octubre y noviembre	-Diseñar actividades de integración -Informar sobre las reuniones o integraciones		Se logró mejor comunicación e interacción de los padres de familia con el equipo de trabajo	Fotos de los encuentros

				-Guiar cada reunión o actividad			
--	--	--	--	---------------------------------	--	--	--

Objetivo específico IV: Establecer nuevos canales de comunicación internos.

Actividades	Objetivo	Justificación	Fecha	Funciones del pasante	Recursos físicos, humanos y económicos	Meta a alcanzar	Producto
Opina	Identificar las fallas y mejoras en el colegio, principalmente en la cultura corporativa.	Por medio del buzón de sugerencia se logra identificar los problemas y recomendaciones	7 de octubre	-Buscar materiales para la elaboración del buzón	-Foami -Caja de cartón -Computador -Impresora -Hojas	Permitió que los padres de familia y equipo de trabajo dieron a conocer su	Fotos de la creación del buzón.

		de los padres de familia y docentes, así dar soluciones lo más pronto posible para el crecimiento de la institución.		-Creación del buzón de sugerencia	-Marcadores	opinión, inquietudes o inconvenientes que se presentan en el colegio, sin sentirse señalados.	
Mural informativo	Elaborar mural informativo para los padres de familia.	Se da a conocer información precisa con el mural en la entrada del colegio, como las actividades a realizar y	7 de octubre	-Buscar materiales para la elaboración del mural informativo	-Foami - Computadora -Impresora -Hojas -Marcadores -Papel cometa	Se obtuvo que los padres de familia estuvieron informados diariamente	Fotos de la creación del mural.

		cronograma mensual.		-Creación del mural informativo -Pegar información			
Infórmate	Diseñar folletos informativos para el público interno del colegio.	La creación de folletos permitirá tener informados por completo a los padres de familia y todo el equipo de trabajo sobre lo que se realizó y se	-27 de septiembre - 30 de octubre	-Buscar información para los folletos -Creación de los folletos	- programa de diseño -Hojas -Computador -Impresora -2 directivos	Se consiguió que el grupo interno del colegio fueran conocedores del cronograma y realización de cada actividad	Creación de folletos

		realizara durante cada mes.		-Entrega de folletos		durante cada mes, así también dar evidencia de lo realizado.	
--	--	--------------------------------	--	-------------------------	--	--	--

Capítulo IV Propuesta Comunicativa

Dossier de productos

Tabla N° 3

Nombre de la actividad	Evalúa tu conocimiento																															
Descripción del producto	Se realizó una encuesta y posteriormente se hizo la tabulación y análisis del resultado final.																															
Soporte del producto	 <p style="text-align: center;">Encuesta Evalúa tu conocimiento Cultura y valores organizacionales</p> <p>Datos generales Empresa: _____ Año de Creación o fundación: _____ Número de empleados actualmente: _____ Sector al que pertenece la empresa: _____</p> <p>Le agradecemos conteste las preguntas tal como es la situación actual en su empresa, no como sería deseable. Gracias.</p> <p>1= muy poco, 2 = poco, 3 = apenas, 4 = bastante y 5 = mucho</p> <p>1. Valore de 1 a 5, hasta que punto en el colegio:</p> <table border="1" data-bbox="360 1150 646 1243"> <thead> <tr> <th></th> <th>1</th> <th>2</th> <th>3</th> <th>4</th> <th>5</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>a. Existe un clima de confianza.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>b. Existe un clima de transparencia.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>c. Existe una mentalidad abierta.</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>d. Los errores/faltos son considerados como</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		1	2	3	4	5	a. Existe un clima de confianza.						b. Existe un clima de transparencia.						c. Existe una mentalidad abierta.						d. Los errores/faltos son considerados como						<p>2. Valore de 1 a 5, ¿Qué tan importante considera la existencia de una cultura organizacional dentro de su empresa? Donde 1 es nada importante y 5 es muy importante. 1__ 2__ 3__ 4__ 5__</p> <p>3. ¿Conoce usted con exactitud los objetivos, la misión, la visión y las estrategias del colegio? SI__ No__</p> <p>4. ¿Considera usted que la cultura organizacional es notoriamente visible en la gestión de su empresa? SI__ No__</p> <p>5. ¿Cómo calificaría su interacción con los demás compañeros de trabajo? 1__ 2__ 3__ 4__ 5__</p> <p>6. ¿Califique qué tanto se incentiva el trabajo en equipo dentro de la organización para la que trabaja? 1__ 2__ 3__ 4__ 5__</p> <p>7. ¿Cree usted que el fomento de procesos innovadores va de la mano con la creación y establecimiento de una cultura organizacional fuerte? SI__ No__</p> <p>8. ¿Considera usted que la cultura organizacional es un medio para facilitar el aprendizaje dentro de la organización para la cual usted</p>
	1	2	3	4	5																											
a. Existe un clima de confianza.																																
b. Existe un clima de transparencia.																																
c. Existe una mentalidad abierta.																																
d. Los errores/faltos son considerados como																																
																																

Nombre de la actividad ¿Nos conocemos?

Descripción del producto Foro de cultura organizacional con todo el equipo de trabajo del colegio.

Soporte del producto

LA CULTURA CORPORATIVA U ORGANIZACIONAL es la ideología de una empresa: el conjunto de actitudes, hábitos, creencias y comportamientos del grupo humano que la conforma, el modo en que interactúan.

La cultura de una empresa se refleja en su imagen pública, su código de vestimenta, su horario comercial, sus instalaciones, los beneficios que tienen sus empleados, su volumen de ventas, las decisiones de contratación, el trato a los clientes y el grado de satisfacción de los mismos.

La importancia de la cultura de una empresa radica en que representa la fórmula que guía al equipo, que motiva y motiva a los empleados que atrae a los clientes, lo que define una personalidad verdaderamente única. Es como una huella digital: puede ser similar a las demás, pero es intrínsecamente distinta y propia de cada compañía. Todo lo demás (producción, servicios, estrategias, marketing, incluso innovaciones) son fáciles de ser replicados, pero los identificadores verdaderamente únicos son los valores y normas de la organización:

Factores que la distinguen

- ✓ Fundadores
- ✓ Valores
- ✓ Creencias
- ✓ Tácticas
- ✓ Normas
- ✓ La costumbre
- ✓ Los hábitos
- ✓ Leyes y reglas
- ✓ Símbolos y signos

HISTORIA DEL COLEGIO PLANETA MÁGICO

El colegio PLANETA MÁGICO es una institución de carácter privada, con una propuesta educativa innovadora que pretende atender a niños y niñas, para su desarrollo educativo, biológico, cognoscitivo, emocional, socio-religioso y espiritual, estimulando en ellos el amor hacia los conocimientos de instrumentos musicales, artísticos y ambientales. Con esto queremos hacer de ellos grandes niños quepiensan, que se van a abrir a nuestro país benedictinos y nuevas ideas para un mejor desarrollo humano, formando niños felices que gozan y están capacitados para un excelente desempeño en su vida escolar, social y ambiental en el presente y en el futuro.

MISIÓN

Planeta Mágico es una institución privada que pretende la educación formal a niños y niñas de una manera innovadora a través de la música, el arte y el cuidado del medio ambiente, donde desarrollamos todos los aspectos educativos, formando niños con principios éticos y morales, que aportan a nuestra sociedad nuevas ideas innovadoras para un mejor futuro.

VALORES INSTITUCIONALES

Respeto
Las personas respetamos la importancia de la familia, los amigos, el trabajo y de todas aquellas personas que están a su alrededor y con quienes compartimos.

Diversidad
Tengo el deber de respetar las opiniones y costumbres de los demás aun no sean iguales a las mías.

Responsabilidad
La responsabilidad demuestra las cualidades del ser humano para dar respuesta a los compromisos asumidos bien sean a no de su total propiedad.

Tolerancia
La tolerancia social es el respeto hacia ideas, creencias o prácticas cuando son diferentes o contrarias a las propias.

Trabajo en equipo
El trabajo en equipo es la capacidad de una fuerza hacia una misión en común.

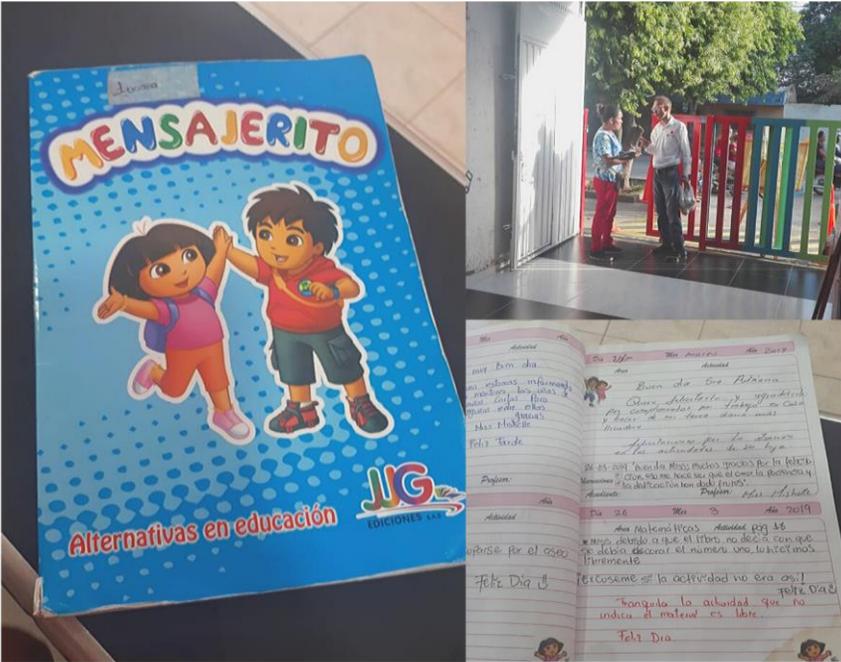
OBJETIVO GENERAL

Desarrollar actividades que contribuyan al desarrollo académico, emocional e intelectual del niño o niña.

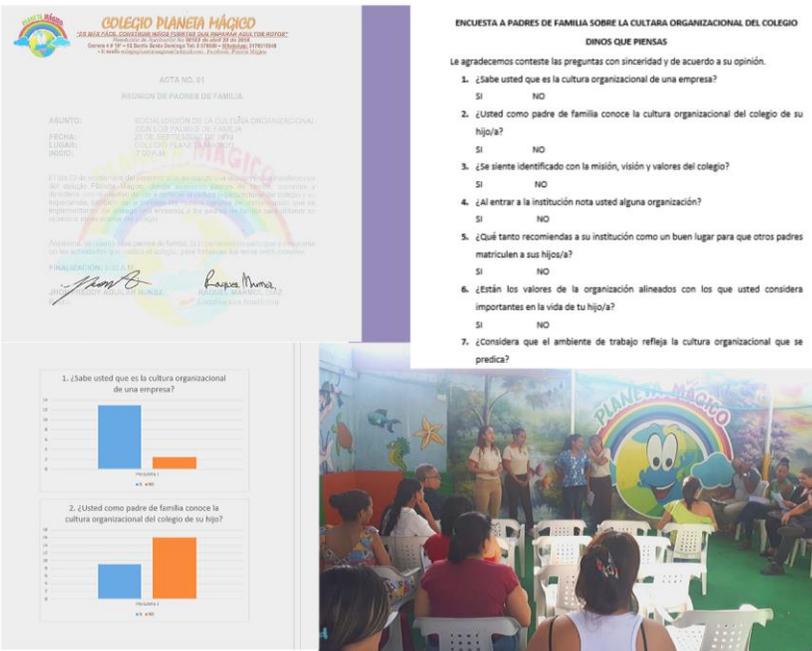





Nombre de la actividad	¿Conoces a tú familia Planetista?
Descripción del producto	Fotos y preguntas de la entrevista individual realizada al equipo de trabajo.
Soporte del producto	 <p>ENTREVISTA REALIZADA A CADA TRABAJADOR DEL COLEGIO PLANETA MÁGICO</p> <p>La siguiente entrevista se realiza con el fin de conocer la opinión que tiene el equipo de trabajo sobre el colegio y su cultura organizacional</p> <p>La entrevista se realizara de forma individual y es necesario que cada uno de los entrevistados sean sinceros a la hora de responder, ya que esto ayudara a dar soluciones o mejoras a los problemas establecidos.</p> <p>A continuación preguntas a realizar:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Sabes cómo se está viviendo la cultura organizacional en tu empresa? 2. ¿Crees que te sientes inspirado por la misión y propósito de tu organización? 3. ¿Qué tanto recomiendas a tu organización como un buen lugar para trabajar? 4. ¿Cuál es la única cosa que le gustaría cambiar en esta organización? 5. ¿Consideras que la organización celebra sus logros y aprendizajes? 6. ¿Te sientes respetado por tu equipo y tu organización? 7. ¿Qué quiere decir que una cultura organizacional sea TRANSPARENTE? ¿Puede usted dar ejemplos? 8. ¿Consideras que tu trabajo contribuye a los objetivos de la organización? 9. ¿Qué le dirías a un amigo acerca de nuestra organización, si él o ella está a punto de empezar a trabajar aquí? 10. ¿Qué consideras que es lo más importante que se debería promover en la organización y que no está sucediendo para que la empresa sea un gran lugar para trabajar?  

Nombre de la actividad	Coleccionando muestras
Descripción del producto	Se tomaron fotos de los medios de comunicación que utilizan en el colegio (docentes- padres de familia)
Soporte del producto	 <p>The collage consists of three distinct images. On the left is the cover of a book titled 'MENSAJERITO' by JIG Ediciones, featuring illustrations of Dora the Explorer and Diego. The top right image shows a school entrance with a colorful, multi-colored metal gate and two people standing nearby. The bottom right image shows an open notebook with handwritten text in Spanish, including phrases like 'Bien día', 'Feliz Día', and 'Tranquila la actividad que no indica el material es libre'.</p>

Nombre de la actividad	Dinos que piensas
-------------------------------	-------------------

Descripción del producto	Diseño de encuesta para los padres de familia con su respectivo análisis, sobre la opinión que tiene del colegio y la cultura organizacional
Soporte del producto	 <p>ENCUESTA A PADRES DE FAMILIA SOBRE LA CULTURA ORGANIZACIONAL DEL COLEGIO DINOS QUE PIENSAS</p> <p>Le agradecemos conteste las preguntas con sinceridad y de acuerdo a su opinión.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Sabe usted que es la cultura organizacional de una empresa? SI NO 2. ¿Usted como padre de familia conoce la cultura organizacional del colegio de su hijo/a? SI NO 3. ¿Se siente identificado con la misión, visión y valores del colegio? SI NO 4. ¿Al entrar a la institución nota usted alguna organización? SI NO 5. ¿Qué tanto recomienda a su institución como un buen lugar para que otros padres matriculen a sus hijos/a? SI NO 6. ¿Están los valores de la organización alineados con los que usted considera importantes en la vida de tu hijo/a? SI NO 7. ¿Considera que el ambiente de trabajo refleja la cultura organizacional que se predica? SI NO

Nombre de la actividad	¡Identificate!
Descripción del producto	Reunión con las docentes para evaluar lo que han aprendido sobre la cultura organizacional y la importancia de su apropiamiento.

Soporte del producto



Nombre de la actividad	Fortaleciendo nuestra identidad
Descripción del producto	Talleres que permiten el fortalecimiento y apropiación de la cultura organizacional, en cada uno de ellos se hace un acta constatando lo que se realizó.

Soporte del producto



COLEGIO PLANETA MÁGICO
 "SER MÁS FÁCIL, CONSTRUIR NIÑOS FUERTES QUE REPARAR ADULTOS ROTOS"
 Resolución de Aprobación No 00183 de abril 20 de 2018
 Carretera 4 e 9 1ª - 92 Barrio Santo Domingo Tel: 8 879885 - WhatsApp: 3178319348
 • E-mail: colegioplanetamagico@hotmail.com, Facebook, Twitter, Magico

ACTA NO. 01
 TALLER CON EL EQUIPO DE TRABAJO

ASUNTO: REALIZACIÓN DE TALLER PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL
 FECHA: 30 DE SEPTIEMBRE DE 2019
 LUGAR: COLEGIO PLANETA MÁGICO
 INICIO: 11:30 A.M.

El día 30 de septiembre del presente año, se realizó una reunión en las instalaciones del colegio Planeta Mágico, donde participaron los docentes y directivos, con objetivo de fortalecer la cultura organizacional del colegio y su importancia, a medio de talleres.

Asimismo, se resaltó a los docentes, la importancia de participar e integrarse en actividades que realiza el colegio, para fortalecer los lazos institucionales.

FINALIZACIÓN: 12:30 M.

Jhon Freddy Aguilar Nuñez
 JHON FREDDY AGUILAR NUÑEZ
 Rector

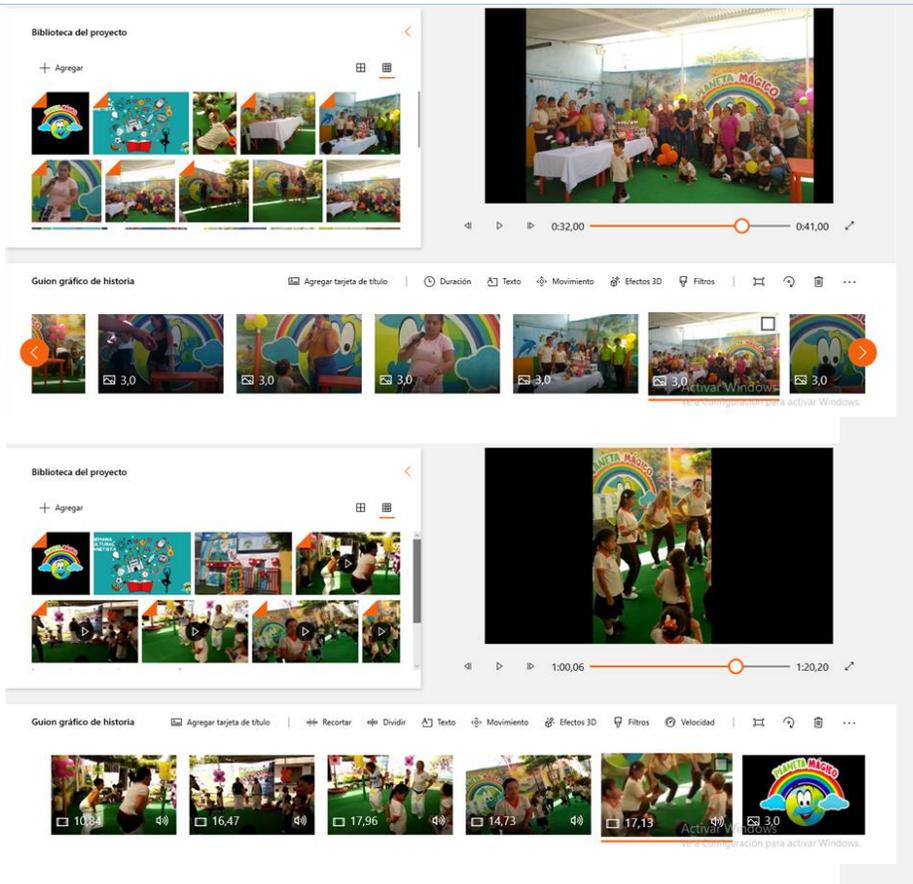
Raquel Marmol Diaz
 RAQUEL MARMOL DIAZ
 Coordinadora Académica

Nancy Moseno Solis
 NANCY MOSENO SOLIS
 Docente preescolar

Raquel Verónica
 RAQUEL VERÓNICA MAESTR
 Docente preescolar

Nombre de la actividad	Cultura Planetista
Descripción del producto	Difusión de la cultura corporativa por medio de productos audiovisuales

Soporte del producto



Nombre de la actividad	Uniendo lazos
Descripción del producto	Actividades de integración, para fortalecer el trabajo en equipo, valores y la imagen del colegio.

Soporte del producto



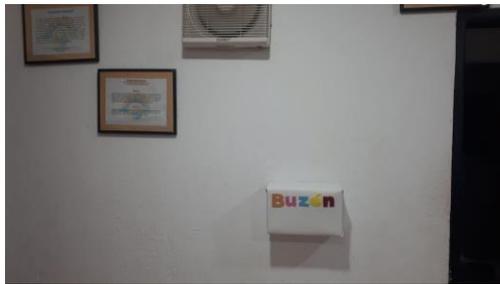
Nombre de la actividad

Opina

Descripción del producto

El buzón de sugerencia se encuentra en recepción, para que todo tipo de público tanto interno como externo, tenga acceso a él y pueda dar a conocer su opinión, sugerencias o reclamos.

Soporte del producto



Comentado [u1]: En anexos

Nombre de la actividad Mural informativo

Descripción del producto En el mural se publican diferente información de interés y se encuentra en la entrada del colegio por los padres de familia.

Soporte del producto



Nombre de la actividad	Infórmate
Descripción del producto	Folletos mensuales con el cronograma de actividades a realizar y dando a conocer cultura corporativa del colegio.

Soporte del producto



CALENDARIO ACADÉMICO SEPTIEMBRE 2019

6 DE NOVIEMBRE
Merienda especial

13 DE NOVIEMBRE
Entrega de boletines. Tercer período

DEL 23 AL 27 DE NOVIEMBRE
Semana Cultural!

30 DE NOVIEMBRE
Reunión de docentes

¿ QUÉ ES CULTURA ORGANIZACIONAL?

Se entiende como cultura organizacional a las creencias, valores, hábitos, tradiciones, actitudes y experiencias de una organización.

Infórmate

FAMILIA PLANETISTA



¿ QUIÉNES SOMOS?

El colegio PLANETA MÁGICO es una propuesta educativa innovadora que promueve aprender a vivir y vivir para el desarrollo educativo, tecnológico, cognitivo, psicomotor, socio-afectivo y espiritual, respaldado en el amor hacia los conocimientos de instrumentación, metodología, procesos y actividades.

MISIÓN

Planeta Mágico es una institución privada que promueve la educación formal a niños y niñas de una manera innovadora, a través de la música, el arte y el cuidado del medio ambiente.

VISIÓN

Queremos ser en el año 2023 la institución más destacada en el desarrollo de nuestro país por medio de nuestros niños, enfatizándonos en esta frase, "Es más fácil construir niños fuertes que reparar adultos rojos".

VALORES INSTITUCIONALES

- Respeto
- Tolerancia
- Diversidad
- Responsabilidad
- Amor
- Trabajo en equipo
- Eficiencia




CALENDARIO ACADÉMICO OCTUBRE 2019

Infórmate

FAMILIA PLANETISTA

SEPTIEMBRE 2019		OCTUBRE 2019	
Día	Actividad	Día	Actividad
1	Inicio de clases	1	Inicio de clases
2	Clases	2	Clases
3	Clases	3	Clases
4	Clases	4	Clases
5	Clases	5	Clases
6	Clases	6	Clases
7	Clases	7	Clases
8	Clases	8	Clases
9	Clases	9	Clases
10	Clases	10	Clases
11	Clases	11	Clases
12	Clases	12	Clases
13	Clases	13	Clases
14	Clases	14	Clases
15	Clases	15	Clases
16	Clases	16	Clases
17	Clases	17	Clases
18	Clases	18	Clases
19	Clases	19	Clases
20	Clases	20	Clases
21	Clases	21	Clases
22	Clases	22	Clases
23	Clases	23	Clases
24	Clases	24	Clases
25	Clases	25	Clases
26	Clases	26	Clases
27	Clases	27	Clases
28	Clases	28	Clases
29	Clases	29	Clases
30	Clases	30	Clases
31	Clases	31	Clases

RECUERDE ESTAR SIEMPRE INFORMADO CON RESPECTO A LAS ACTIVIDADES QUE DESARROLLA EL COLEGIO.

SU PARTICIPACIÓN ES DE GRAN IMPORTANCIA PARA NOSOTROS.

Evaluación de la propuesta comunicativa desarrollada

Los resultados fueron los deseados, porque cada uno de los objetivos específicos han sido alcanzados, ya que la percepción de la cultura organizacional en el equipo de trabajo y padres de familia se dio con total disposición.

Mediante las encuestas se logró determinar las fallas que tenía el colegio con su cultura, que conocimiento poseían los trabajadores y padres de familia sobre la misma, y que tan importante era para la institución, posteriormente se realizaron actividades encaminadas a resolver los problemas de cultura organizacional que se presentaban. A continuación, evaluación obtenida:

- Se considera que con la implementación de la propuesta comunicativa se logró reducir en un 90% la ignorancia que tenía el público interno y el colegio sobre cultura organizacional y su importancia.
- El conocimiento de la cultura organizacional del colegio y su identificación alcanzo un 80% lo cual indica que superó las expectativas que se tenían, a pesar del corto tiempo.
- Los canales de comunicación obtuvieron un 90% porque fueron implementados a la perfección y acogidos por los padres de familia y equipo de trabajo.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES

Durante el desarrollo del proyecto se logró afianzar en el equipo de trabajo, padres de familia y directivos, la cultura organizacional del colegio, la cual se dio a conocer por medio de diferentes actividades.

El plan de comunicaciones que se diseñó tiene el objetivo de crear en los empleados una cultura organizacional correcta que permita el cumplimiento de sus objetivos, donde se respete aspectos como la imagen institucional, así mismo apropiarse de los valores

Gracias al trabajo realizado, el grupo objetivo que en este caso son las docentes, aprendieron sobre la importancia de la cultura organizacional, que abarca, sus beneficios, y como se debe ir apropiando de ella, para seguir fortaleciendo el colegio Planeta Mágico, no solo internamente, también externamente, porque así será visto con una imagen agradable y definida.

La mejora en los canales de comunicación, fueron de gran ayuda para que los padres de familia, porque estuvieran todo el tiempo informados y al tanto de los acontecimientos relevantes del colegio, al igual que las docentes, ya que los mensajes son claros y directos.

Por último, implementar taller e integración con los trabajadores y padres de familia, se alcanzó el objetivo deseado que era unirlos para trabajar en conjunto en pro del colegio, ya que se sienten confiados de opinar, brindar ideas y dar a conocer sus inquietudes o molestias. Cabe señalar que diseñar la estrategia de difundir de productos audiovisuales, fue de gran ayuda para promocionar la cultura de forma breve y entretenida, tanto en el público interno como externo.

RECOMENDACIONES

Se recomienda a los directivos del colegio Planeta Mágico, seguir realizando talleres o capacitaciones en pro del apropiamiento de la cultura organizacional, la cual puede abarcar diferentes temas como: motivación, valores, innovación, entre otros. Esto beneficiara tanto a los empleados, padres de familia y colegio.

Para que haya un mejor proceso y se pueda proyectar a grandes rasgos el colegio, es necesario tener un comunicador de planta, porque la institución necesita seguir afianzando su imagen de forma interna y externa, una persona encargada de esta área logra el objetivo.

Diseñar la página web, fortalecerá a un más los canales de comunicación, para todo tipo de público, también logrará posicionar su marca e innovar ya que su competencia principal no cuenta con este medio, lo que significa capturar más usuarios y visibilidad.

El colegio debe seguir implementando actividades que ayuden a aumentar el interés de los empleados por el trabajo que realizan, ya que esto desarrollara la creatividad en el puesto de trabajo, y esto repercutirá en la imagen que brinda el colegio y crecimiento institucional.

BIBLIOGRAFÍA

Álvaro Mondragón (2016) Propuesta para mejorar la cultura organizacional de trabajo de la DGTIC de la SEDESOL. México D.F.

Alex Ustate (2005) Diseño De Un Plan De Mejoramiento Para La Gestión Y Desarrollo De La Cultura Organizacional De La Sociedad Clínica Valledupar Ltda. Valledupar-Cesar. Obtenido de <https://www.monografias.com/trabajos50/gestion-cultura-organizacional/gestion-cultura-organizacional.shtml>

Karina L. Carvajal (2015) Plan de comunicación interna para fortalecer la cultura organizacional del Instituto Nacional de Estadística y CENSOS- INEC. Quinto- Ecuador.

Liseth Gaviria (2014) Plan de Comunicación Interna y Cultura Organizacional en el Instituto de Deportes y Recreación INDERE del Municipio de La Estrella. Caldas- Antioquia

Lic. Milàngela Vásquez (2009) La cultura organizacional presentada en DAYCO TELECOM, C.A.: una estrategia para el fortalecimiento del estilo DAYCOHOST a través de su liderazgo gerencial. Caracas.

Comentado [u2]: Orden alfabético un tipo de letra

MARÍA BUITRAGO Q. Y JAVIER SANABRIA (2013) La cultura organizacional en las instituciones educativas a través de la evaluación de su sistema de comunicación interna. Bogotá-Colombia.

Pertuz & Pérez (2015) Modelo de cultura organizacional innovadora en caficultores del departamento del Cesar, Colombia.

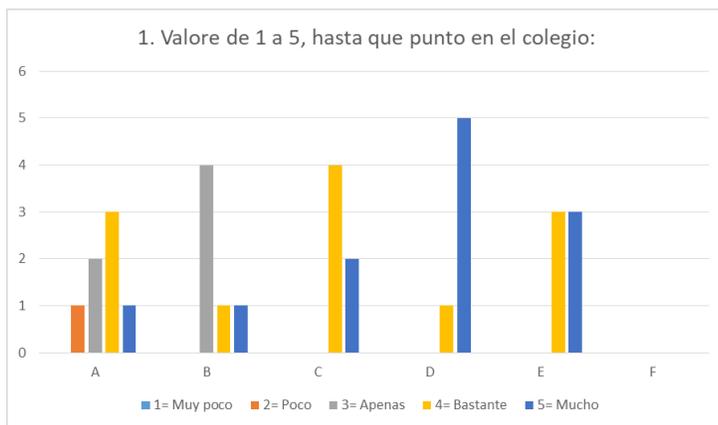
Rosa A. González, Sergio O. Jiménez & Roberto C. Figueroa (2015) Cultura organizacional y desempeño en instituciones de educación superior: implicaciones en las funciones sustantivas de formación, investigación y extensión. Obtenido de <file:///G:/antecedentes%20de%20proyectos%20de%20cultura/Dialnet-CulturaOrganizacionalYDesempenoEnInstitucionesDeEd-5470392.pdf>

SEBASTIÁN BELTRÁN Y ÁLVARO O. DOMÍNGUEZ (2009) La cultura organizacional y la gestión del conocimiento: análisis en una muestra de empresas de telecomunicaciones ubicadas en la ciudad de BOGOTÁ. Colombia.

Silva (2016) Clima organizacional de la cámara de comercio de Valledupar. Cesar-Valledupar.

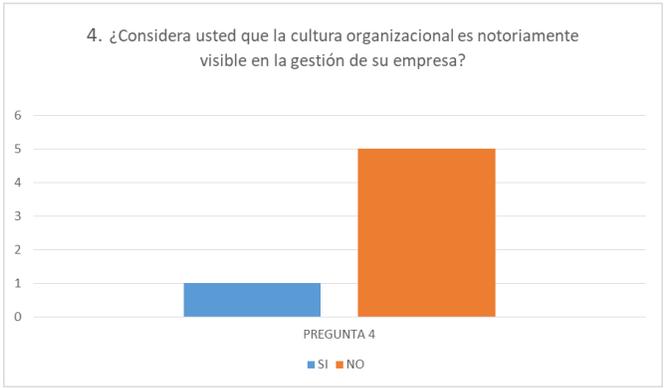
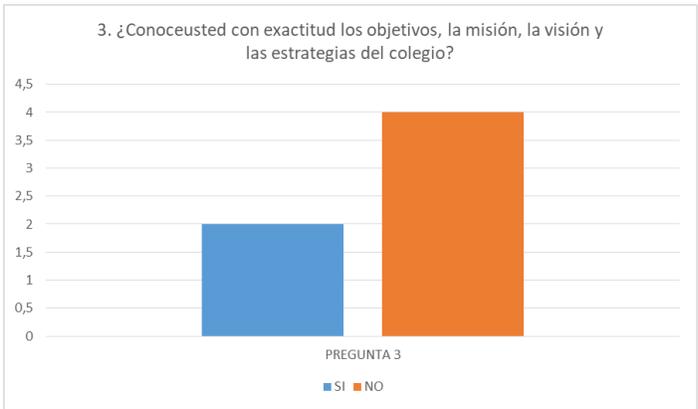
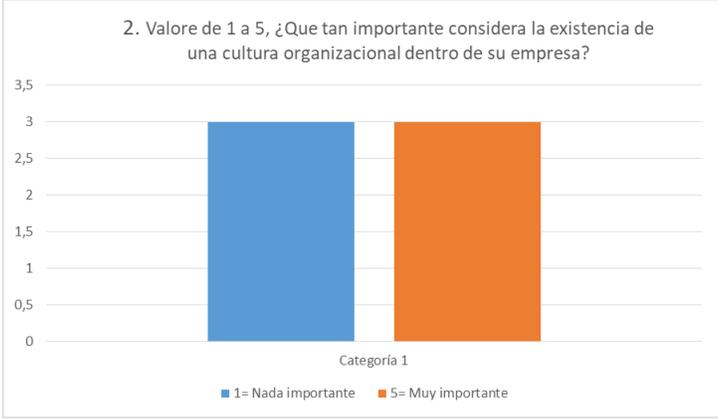
ANEXO I

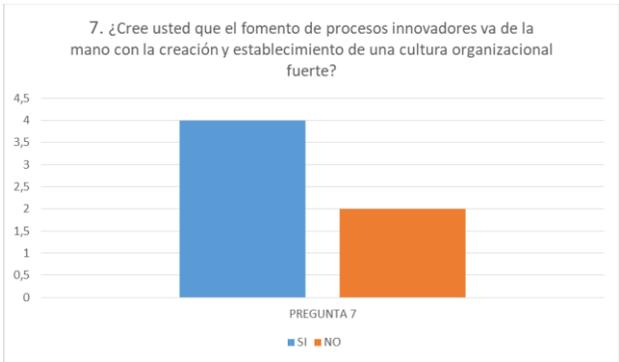
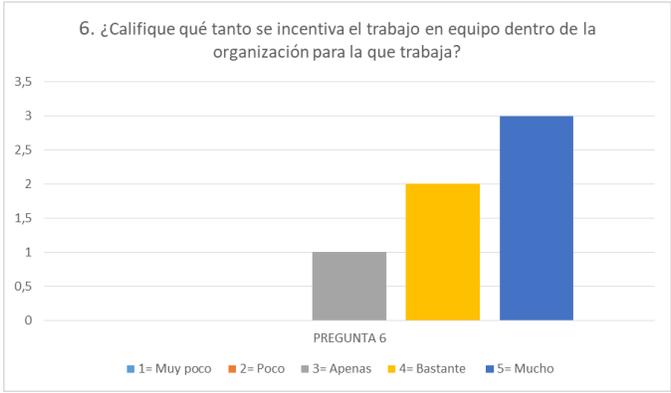
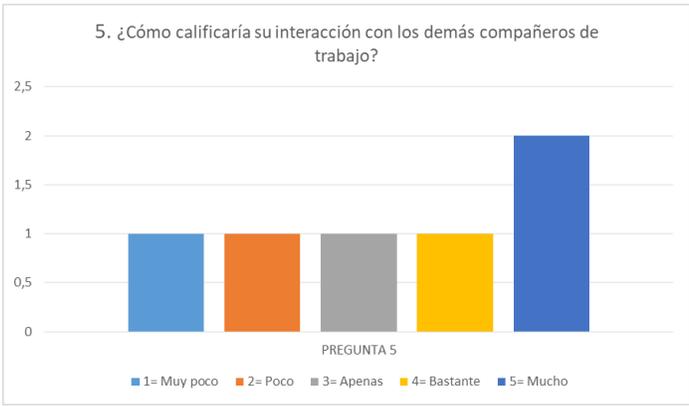
A continuación, se presentará la información obtenida a través de las encuestas. Se realizó una encuesta a 6 trabajadores de colegio Planeta Mágico, para identificar su conocimiento sobre cultura organizacional e importancia, las encuestas fueron realizadas personalmente.

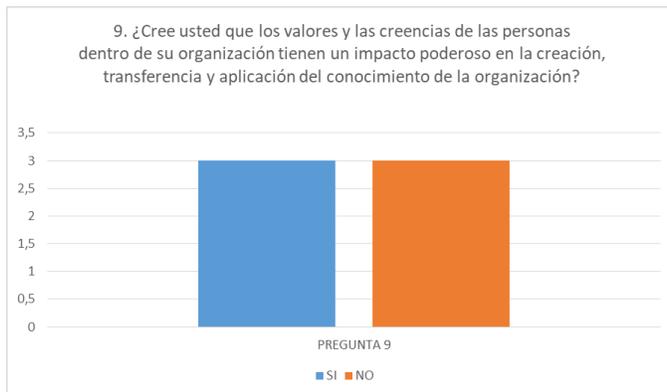


1 2 3 4 5

a. Existe un clima de confianza.					
b. Existe un clima de transparencia.					
c. Existe una mentalidad abierta.					
d. Los errores/fallos son considerados como oportunidades significativos de aprendizaje.					
e. Existe un clima de cooperación y ayuda mutua.					







Al tener el colegio tan poco tiempo de estar funcionando, se puede decir que esto sirve de excusa para no tener una cultura organizacional fortalecida e implementada en cada una de sus actividades, por esa razón las docentes no tienen claro, cual es la cultura que identifica al colegio, es por eso que se hace necesario implementar estrategias en caminadas al fortalecimiento y apropiamiento de la misma en cada uno de sus públicos internos.

ANEXO II

Se realizó una encuesta a 25 padres de familia del colegio Planeta Mágico, para saber su opinión acerca del colegio, cultura corporativa y canales de comunicación.

