



UNIVERSIDAD  
DE PIURA

**FACULTAD DE COMUNICACIÓN**

**Propuesta de un plan de Comunicación para fomentar la cultura institucional de un centro educativo: el caso de la I.E.P. Santa Bernardita en Piura**

Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el Título de Licenciado en Comunicación

**Maripily Carolina Montenegro Goicochea**

Revisor:  
**Dr. Fernando Huamán Flores**

**Piura, noviembre de 2020**



## Resumen

Actualmente, los públicos cambian constantemente debido a que cada vez reciben más información sobre las marcas, por ello, es fundamental que las empresas otorguen algo más que un producto/servicio para destacar. Es aquí donde cobra importancia definir una identidad corporativa que sea correctamente comunicada a la sociedad. Es por ello que el presente trabajo busca fomentar una cultura institucional en la I.E.P. Santa Bernardita que conlleve a la obtención de sus objetivos y metas para potenciar la organización. Para desarrollar la investigación se utilizaron dos herramientas metodológicas. La primera herramienta fue la entrevista a profundidad a los profesores con más antigüedad para conocer su percepción sobre la identidad del centro educativo. La segunda herramienta fue una encuesta realizada a los padres de familia del colegio para conocer la percepción que tienen sobre la institución. A partir de la aplicación de la metodología se realizó un diagnóstico en el cual se destacó la confianza que tienen tanto los padres de familia como los profesores, en la enseñanza y valores del colegio; sin embargo, se encontró debilidades en actividades que fomenten la formación de niños y adolescentes emprendedores y con habilidades comunicativas: dos de sus pilares más distintivos dentro de su visión compartida. Con estos resultados, se planteó un plan de comunicación para fomentar la cultura dentro de la institución y así potenciarlos. Con este estudio se demostró que es importante que las empresas centren sus esfuerzos en saber comunicar su identidad, pues solo de esta manera el público podrá reconocerlas por sus elementos fundamentales. Para conseguir esto, el trabajo debe empezar desde el interior de la empresa, desde sus trabajadores y sus acciones internas. Finalmente, es fundamental que los públicos internos de las organizaciones reconozcan y se sientan parte de la cultura institucional, para que así juntos trabajen por conseguir los mismos objetivos y la marca resalte en la comunidad.



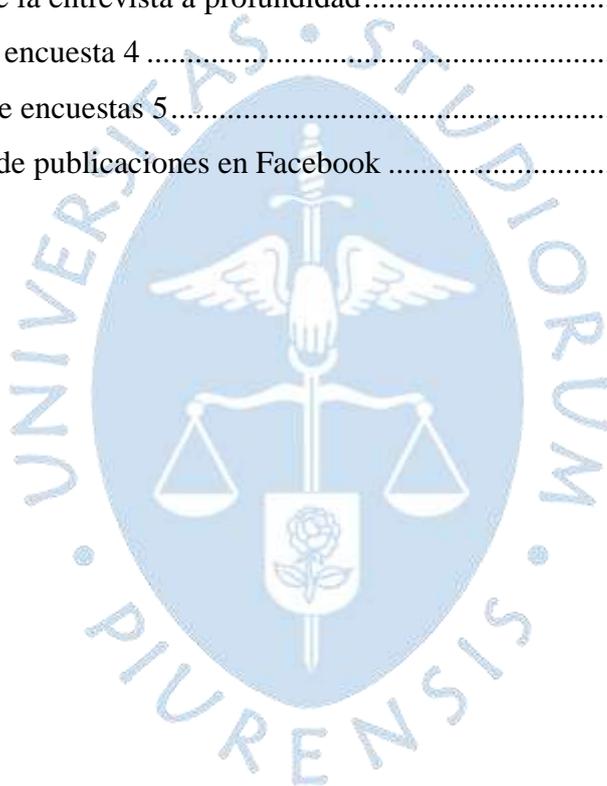
## Tabla de contenido

|   |    |
|---|----|
| <b>Introducción</b> .....   | 11 |
| <b>Capítulo 1 Antecedentes, historia y contexto actual de la organización</b> ..... | 13 |
| 1.1 Antecedentes .....  | 13 |
| 1.2 Historia .....  | 13 |
| 1.2.1 <i>Misión y Visión</i> .....  | 16 |
| 1.2.2 <i>Valores</i> .....  | 16 |
| 1.2.3 <i>Visión compartida</i> .....  | 17 |
| 1.3 Contexto actual .....   | 17 |
| <b>Capítulo 2 Actores y problemática en el campo de la comunicación</b> .....       | 19 |
| 2.1 Actores .....   | 19 |
| 2.1.1 <i>Públicos de Santa Bernardita</i> .....                                     | 19 |
| 2.1.2 <i>La competencia</i> .....   | 20 |
| 2.2 Problemática .....  | 22 |
| 2.2.1 <i>Metodología de investigación para el diagnóstico</i> .....                 | 22 |
| 2.2.2 <i>Resultados</i> .....   | 23 |
| <b>Capítulo 3 Estrategia de comunicación</b> .....                                  | 33 |
| 3.1 Descripción de la estrategia .....  | 34 |
| 3.2 Objetivos estratégicos .....  | 34 |
| <b>Capítulo 4 Plan de comunicación</b> .....  | 37 |
| <b>Conclusiones</b> .....   | 47 |
| <b>Lista de referencias</b> .....   | 49 |
| <b>Apéndices</b> .....  | 51 |
| Apéndice A. Certificado.....  | 55 |
| <b>Anexos</b> .....   | 56 |



## Lista de tablas

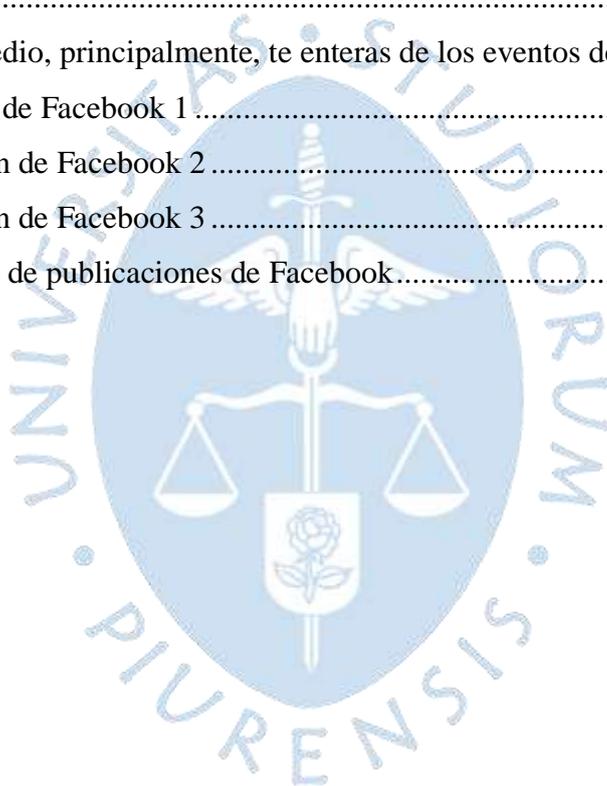
|   |    |
|---|----|
| <b>Tabla 1.</b> Misión y Visión de la I.E.P. Santa Bernardita .....   | 16 |
| <b>Tabla 2.</b> Relación de alumnos de la institución Santa Bernardita .....                                | 19 |
| <b>Tabla 3.</b> Información de la institución Santa Bernardita.....   | 20 |
| <b>Tabla 4.</b> Cuadro informativo sobre la competencia directa del centro educativo Santa Bernardita ..... | 21 |
| <b>Tabla 5.</b> Resultados de análisis 1.....   | 24 |
| <b>Tabla 6.</b> Resultados de análisis 2.....   | 25 |
| <b>Tabla 7.</b> Resultados de análisis 3.....   | 26 |
| <b>Tabla 8.</b> Resultados de la entrevista a profundidad.....  | 28 |
| <b>Tabla 9.</b> Resultado de encuesta 4 .....   | 41 |
| <b>Tabla 10.</b> Resultado de encuestas 5.....  | 41 |
| <b>Tabla 11.</b> Calendario de publicaciones en Facebook .....  | 43 |





## Lista de figuras

|  |    |
|--|----|
| <b>Figura 1.</b> Insignia del colegio.....   | 14 |
| <b>Figura 2.</b> Principalmente, ¿Por qué matriculaste a tu hijo en el colegio Santa Bernardita? ...   | 24 |
| <b>Figura 3.</b> Considera usted que en el colegio ocurre lo siguiente.....  | 25 |
| <b>Figura 4.</b> ¿En qué se diferencia un alumno de Santa Bernardita respecto a escolares de otras instituciones educativas en La Unión? ..... | 26 |
| <b>Figura 5.</b> ¿Tiene Facebook? .....  | 39 |
| <b>Figura 6.</b> ¿Utiliza Instagram?.....  | 40 |
| <b>Figura 7.</b> ¿Por qué medio, principalmente, se entera de los comunicados oficiales del colegio? .....                                     | 40 |
| <b>Figura 8.</b> ¿Por qué medio, principalmente, te enteras de los eventos del colegio?.....   | 41 |
| <b>Figura 9.</b> Publicación de Facebook 1 .....   | 44 |
| <b>Figura 10.</b> Publicación de Facebook 2 .....  | 45 |
| <b>Figura 11.</b> Publicación de Facebook 3 .....  | 45 |
| <b>Figura 12.</b> Promoción de publicaciones de Facebook.....  | 46 |





## Introducción

Actualmente, la sociedad se encuentra llena de empresas que están en constante competencia para sobresalir. En este contexto, es fundamental brindar algo más que un producto o servicio. Como afirma Hernández y Zamora (2010) es importante prestarle más atención a la imagen de marca debido a que los consumidores cambian constantemente; todos los días están más expuestos a información nueva y, por lo tanto, buscan más detalles de las marcas.

Un estudio realizado por Hernández y Zamora (2010), concluye que el aumento de la competitividad entre instituciones educativas, desde la perspectiva comercial, da como resultado el mejor escenario para que estas empresas implementen políticas y estrategias de comunicación para la obtención de resultados más positivos que las ayuden a diferenciarse del resto. Teniendo en cuenta esta importancia, el presente trabajo se centra en empezar a mejorar la imagen de la I.E.P. Santa Bernardita. Para ello, “los estudios de imagen y posicionamiento representan (...) la herramienta clave para conocer la percepción pública de la propia marca (...)” (Hernández. y Zamora, 2010, p.17). Bajo esta premisa, se realizó una investigación para conocer la percepción que tiene el público interno del colegio: profesores y padres de familia; sobre la institución.

Un elemento esencial para trabajar en la identidad corporativa es la comunicación. Tal como indica Takaki, Bravo, y Martínez (2015), las empresas deben prestarle más atención a todos los mensajes que emiten, tanto dentro como fuera de la empresa, pues ellos son uno de los principales presentadores de marca y ayudarán a formar una identidad corporativa más atractiva para los profesores, alumnos y público en general. Puesto que los autores también sostienen que las organizaciones de servicios deben tener mayor interés en la comunicación para desarrollar una buena identidad de marca debido a la intangibilidad del producto que ofrecen; se decidió realizar un plan de comunicación interna y comunicación digital, centrado en la principal red social usada por los públicos del colegio (Facebook), para mejorar la cultura organizacional de la institución.

Esta investigación, teniendo en cuenta la identidad de la empresa, presenta un plan de comunicación para fomentar la cultura organizacional de la Institución Educativa Particular Santa Bernardita, mediante el cual se genere una convivencia que permita potenciar las capacidades de comunicación, liderazgo y cultura ambientalista de los estudiantes: los principales pilares del centro de estudios.

Para esto, se utilizaron herramientas como entrevista a profundidad realizada a los docentes más antiguos de la institución; y encuestas a los padres de familia del colegio. Los resultados de este trabajo son un claro ejemplo de alineamiento de los mensajes a la identidad de las empresas, asunto crucial para la sostenibilidad organizacional en estos tiempos.



## **Capítulo 1 Antecedentes, historia y contexto actual de la organización**

### **1.1 Antecedentes**

La idea de un colegio que albergue a niños del nivel inicial del distrito La Unión, en la provincia de Piura (Perú), nació como un proyecto personal de Carolina Goicochea Calderón, quien trabajó durante tres años como profesora de educación inicial en el Colegio Nuestra Señora de Lourdes en la ciudad de Piura, tiempo durante el cual apareció su vocación por la educación. Así nació el interés de tener un colegio dedicado a la enseñanza de los niños, especialmente del nivel inicial, en el distrito donde había crecido y vivido. Para ese momento ya existían dos colegios de educación inicial, primaria y secundaria en La Unión: El colegio Sor Ana de los Ángeles (actualmente ya no existe) y el colegio Santa Rosa. Sin embargo, no existía ninguno dedicado exclusivamente a los más pequeños.

A este propósito se unió quien luego sería su esposo, Danilo Montenegro Fiestas, un estudiante de Economía de la Universidad Nacional de Piura que realizó el proyecto denominado “Creación de un CEI en el Distrito de La Unión” en el cual se establecía la creación de lo que más adelante sería la Institución Educativa Privada “Santa Bernardita”. Este proyecto fue presentado en 1989 a la Dirección Departamental de Educación de Piura y fue aprobado un año después por el profesor Elías Augusto Arrunátegui Purizaca con Resolución Directoral N° 237-90.

Desde ese momento inició la planificación de la creación del nuevo colegio que iniciaría sus clases el siguiente año y tendría como sede un pequeño local familiar ubicado en la calle Unión número 619 en el distrito de La Unión.

### **1.2 Historia**

Santa Bernardita es un colegio privado de educación inicial, primaria y primero y segundo de secundaria que cuenta con treinta años de trayectoria en educación en el distrito de La Unión en Piura.

El nombre de “Santa Bernardita” fue puesto por la promotora del colegio, quien señala que la idea fue inspirada por el lugar donde realizó sus estudios secundarios: el Centro Educativo Particular “Nuestra Señora de Lourdes” (Goicochea, C. comunicación personal, 26 de agosto de 2020). Se trata de un colegio de educación religiosa ubicado en la ciudad de Piura

en el cual le fue cultivado el amor a la Virgen de Lourdes y a su historia<sup>1</sup>. Es así que, en reconocimiento de Bernardita, la institución fue nombrada “Santa Bernardita”.

El colegio inició sus clases en el mes de abril de 1990 en un pequeño local ubicado en la calle Unión número 619 del Distrito La Unión, con 60 niños matriculados distribuidos en las cuatro aulas con las que contaba del Nivel Inicial: 3, 4 y 5 años, y primer grado de primaria. Tuvo como primer director al profesor Alfonso Tume Purizaca y la plana docente estuvo conformada por las profesoras Carolina Goicochea Calderón y Emérita Estrada Silva en el nivel inicial y Rosa Huertas Cornejo como tutora de primer grado de primaria.

En el mes de julio de 1990 se diseñó la insignia Bernardina (imagen 1), la cual estuvo a cargo del señor Miguel Rivera; al mismo tiempo se dio a conocer el lema de la Institución: Disciplina, Estudio, Plegaria y Hogar, el cual fue creado por la promotora pensando en reflejar la política de trabajo de la institución, y el cual es utilizado hasta la actualidad.

### **Figura 1.**

*Insignia del colegio*



*Fuente: Página web Santa Bernardita*

En el año 1992, asume la dirección el profesor Eduardo Emilio Espinoza Zapata y el colegio empezó a trabajar con segundo grado de primaria; a partir de ese año, cada nuevo año escolar se incrementó un grado de estudios hasta llegar a sexto de primaria.

En el año 1993, ingresaron a trabajar las profesoras Blanca Agurto Villar, quien sigue trabajando en la actualidad como profesora de inglés; y la profesora Marlene Amaya Ramos.

---

<sup>1</sup> La Virgen le hizo una aparición a una pastorcita llamada Bernardita, en un pequeño pueblo de Francia que actualmente se llama Lourdes

El siguiente año, ingresó a trabajar la Profesora Marleni Agurto Villar como tutora del aula de primer grado, labor que lleva ejerciendo hasta el 2020.

La participación de los padres de familia se vio reflejada en 1994 con la creación de la primera Junta Directiva de Padres de Familia que estuvo conformada por: Walter Rojas Peña (presidente), Napoleón Bazán Quiroz (vicepresidente), Jorge Luis Carmona Calderón (secretario), Wilfredo Pingo Guillén (tesorero), Alicia Carhuajulca Huaccha (pro tesorero), José More Landa (Fiscal) y como vocales; Rosa Zeta Gallo, Emma Martínez Pintado y Rosa Ayala Chunga.

En el siguiente año, 1995, empezó a trabajar como tercer director el profesor Mario Alberto Fiestas Litano, quien un año después, consiguió la modificación de la primera resolución en la cual se aumentaba el tercer, cuarto, quinto y sexto grado de primaria. Esta fue la Resolución N° 1741-96, firmada por el Director Regional de Educación, Martín Palma Lama.

En 1997, ingresó a trabajar como docente de segundo grado de primaria el profesor Julián Ortiz Martínez, quien ese mismo año se convirtió en director del plantel y lo continúa siendo hasta este año 2020.

En el 2005 se inauguró otra sede ubicada en la calle Chepa Santos, local que era la casa de la promotora del colegio y que estaba ubicado a una cuadra del primero. Esta sede funcionó, de manera paralela con la primera, durante diez años.

Desde el año 2008 se incrementó un aula nueva creada como cuna jardín con la finalidad de desarrollar las capacidades de los niños desde los primeros años. Actualmente se llama Estimulación Temprana y está a cargo de la profesora Rosa Ubillús Agurto.

En el 2015 se inauguró el nuevo local del colegio Santa Bernardita en La Unión, ubicado en la calle César Vallejo número 109, ahí se unificaron los anteriores dos locales para que las clases se dicten únicamente en este local en el que funciona hasta la actualidad.

Finalmente, en el año 2019 tomaron la decisión de ampliar la educación y convertir en colegio Santa Bernardita, que hasta el momento era de inicial y primaria, en una institución de nivel inicial, primaria y secundaria, con la Resolución Directoral N° 614-15 aprobada el 30 de enero de 2015. Iniciaron con un aula de primero de secundaria; y el siguiente año, 2020, se aumentó el aula de segundo de secundaria.

### 1.2.1 Misión y Visión

Para Martos (2009), “la Misión y Visión son el núcleo central de la dimensión cultural y estratégica en una organización” (p.54), teniendo en cuenta la importancia de ambos conceptos para establecer la identidad y fomentar la cultura de una empresa; el colegio definió su misión y visión.

Según el documento “Planificación Escolar 2015”, hasta ese año el colegio trabajó con la misión y visión presentada en el siguiente cuadro (Santa Bernardita, 2015):

**Tabla 1.**

*Misión y Visión de la I.E.P. Santa Bernardita*

| MISIÓN  | VISIÓN  |
|---|---|
| Brinda servicio educativo de calidad, atendiendo la demanda de niños, niñas, púberes y adolescentes emprendedores del bajo Piura, basada en una educación científica, tecnológica y en valores. | El año 2015, ser una Institución líder en calidad educativa, con alumnos críticos, que tengan capacidad para su desenvolvimiento en la sociedad, contribuyendo al desarrollo integral de niños, niñas, púberes y adolescentes emprendedores del bajo Piura basados en conocimientos científicos, tecnológicos y en valores. |

*Fuente: Santa Bernardita (Febrero, 2015)*

### 1.2.2 Valores

Siguiendo a Martos (2009), los valores son el resultado de lo que tienen las empresas establecido como misión y visión; y serán estos los que guíen el comportamiento de las mismas para diferenciarse del resto de su competencia.

Además, Janićijević (2012) afirma que: “los valores son de carácter prescriptivo, porque muestran a los miembros de la organización cómo deben actuar y por qué deben esforzarse”.<sup>2</sup> (p.129)

Como se puede observar en su sitio oficial web, el colegio tiene como lema: “Estudio, Plegaria, Disciplina y Hogar”. Además, según el plan de formación 2020, se indica: “Somos niños y niñas con aspiraciones de ser mejores cada día”. Sus valores nucleares son:

Respeto, responsabilidad y Solidaridad.

<sup>2</sup> Traducción propia de Janićijević (2012): “Values are prescriptive in character, because they show to the members of organization how they should act and to what should be strived for”.

### **1.2.3 *Visión compartida***

El Ministerio de Educación, según la Guía para formular e implementar el proyecto educativo institucional (2016), indicó que los colegios deben trabajar con lo llamado Visión Compartida, concepto que une lo que antes estaba dividido en Misión y Visión.

Para Peter Senger (2010), la visión compartida es el resultado a la pregunta ¿qué quiere crear la empresa? y se verá reflejada en lo que el público crea de esa organización. El mismo autor sostiene que es importante porque permite que todos trabajen en equipo por los mismos objetivos y con una identidad común; logra que la empresa no sea algo ajeno, si no que sus públicos la consideren de ellos también.

Según la página web oficial del colegio, la institución tiene como visión compartida lo siguiente:

En el año 2021 los estudiantes de la I.E.P. Santa Bernardita desarrollarán desde el nivel inicial capacidades comunicativas, resolverán problemas, utilizarán las tics promoviendo una cultura ambientalista y cultivando valores para lograr niños y niñas líderes en la comunidad (IEP Santa Bernardita, 2020).

Teniendo en cuenta lo expuesto, la institución busca desarrollar una cultura positiva que se desenvuelva en un buen clima laboral entre trabajadores, padres de familia y alumnos, que permita una convivencia óptima para desarrollar las capacidades comunicativas y de liderazgo de los alumnos; además, de potenciar su cultura ambientalista.

### **1.3 Contexto actual**

Las clases iniciaron con normalidad el 2 de marzo de 2020 en su único local ubicado en la calle César Vallejo en el distrito de La Unión, con una plana docente, administrativa y de servicio formada por 43 personas. La población estudiantil tenía un estimado de 382 alumnos, teniendo en cuenta los alumnos matriculados y los alumnos que habían estudiado durante el 2019 y que aún no eran matriculados.

Sin embargo, el miércoles 11 de marzo, después del pronunciamiento del presidente del Perú Martín Vizcarra, se decidió suspender las clases desde el 12 de marzo hasta nuevo aviso. Ante la incertidumbre de los próximos meses, pero con miras a continuar el año escolar y no perjudicar la educación de los alumnos ya matriculados, se inició una nueva planificación escolar desde el 23 de marzo de 2020.

En el mes de abril se confirmó la continuidad de las clases no presenciales durante el resto del año escolar, con lo cual, la institución se vio en la necesidad de realizar reajustes administrativos y educativos. Es así que luego de analizar los temas administrativos y de presupuesto, realizaron cambios en el personal contratado para este año, en el contrato de

matrícula y en la distribución del presupuesto anual. Con esa base para trabajar, comunicaron los cambios a los padres de familia, y una vez confirmada la nueva población estudiantil cada tutora de aula realizó un sondeo vía WhatsApp a sus padres de familia para conocer la cantidad de alumnos que tenían celular, computadora, Tablet y, sobre todo, Internet en casa disponible para ser utilizado por los alumnos de lunes a viernes por la mañana. Una vez que obtuvieron los resultados, cada profesora realizó la planificación de sus clases utilizando la metodología que más le convenía a la mayoría de sus alumnos.

De esta manera, empezaron a utilizar herramientas como WhatsApp, Facebook, Zoom, Meet, Telegram; también el colegio habilitó por primera vez la página web y la plataforma virtual. Todo esto acompañado de capacitaciones a sus docentes, padres de familia y alumnos para que puedan adaptarse a la nueva realidad tecnológica de la que tenían que formar parte.

Actualmente la institución Santa Bernardita, que en septiembre 2020 cumplió treinta años de funcionamiento, cuenta con 332 alumnos, quienes continúan trabajando con las clases no presenciales, 29 trabajadores contratados bajo la modalidad de trabajo remoto y 2 trabajadores de servicio (vigilancia y mantenimiento).

Teniendo en cuenta esta información sobre el colegio Santa Bernardita, se planteará un plan de comunicación para fomentar la cultura corporativa dentro de la institución. Cabe resaltar que este trabajo no es una propuesta a implementar después del contexto generado por la COVID-19, puesto que no se ha tomado en cuenta ese factor al momento de realizar la investigación.

## Capítulo 2 Actores y problemática en el campo de la comunicación

### 2.1 Actores

#### 2.1.1 Públicos de Santa Bernardita

Para Pérez y Rodríguez (2014) la percepción que los públicos tienen sobre la organización es necesaria para generar una estrategia de gestión de identidad; además, ayuda a formar la visión interna de la misma empresa. El autor destaca la importancia que tienen los grupos de interés de las instituciones, dentro del actual panorama corporativo.

Por ello, en el contexto de esta investigación, es importante conocer cuáles son los públicos del colegio. Para esta investigación se estableció trabajar con los públicos internos de la empresa: alumnos, profesores y docentes.

**2.1.1.1 Alumnos.** Rincón (2014) sostiene que es fundamental que todos los miembros de la organización sean diferenciados y se destaquen sus atributos para impulsarlos y así obtener mejores resultados a nivel de empresa. Sobre esto, también considera que la integración de todos los individuos es un elemento importante en la gestión de la empresa para conseguir mejores resultados. La Institución Educativa Particular Santa Bernardita cuenta con alumnos del nivel inicial desde el aula de dos años, hasta cinco años con siete aulas en total. También cuenta con siete aulas de primaria desde primer grado hasta sexto grado. Finalmente, en el nivel secundario cuenta con dos aulas, de primero y segundo respectivamente.

#### Tabla 2.

*Relación de alumnos de la institución Santa Bernardita*

| ALUMNOS      |            |
|--------------|------------|
| NIVELES      | CANTIDAD   |
| INICIAL      | 75         |
| PRIMARIA     | 138        |
| SECUNDARIA   | 45         |
| <b>TOTAL</b> | <b>332</b> |

*Fuente: Santa Bernardita (Abril, 2020)*

**2.1.1.2 Profesores.** El colegio cuenta actualmente con 31 trabajadores contratados: 29 con la modalidad de trabajo remoto y dos (vigilancia y mantenimiento) con trabajo presencial. Los docentes de la institución son elementos fundamentales de la empresa. Según Capriotti (2013) los empleados de una empresa no solo la representan, si no que la conocen, por lo tanto, son considerados como expertos en ella y sus opiniones deben ser tomadas en cuenta al realizar una investigación o análisis de la organización.

**2.1.1.3 Padres de familia.** Los padres de familia son considerados público importante del colegio pues ellos son los que escogen el centro educativo en el que sus hijos estudiarán. Es decir, forman parte importante en el proceso de decisión de compra del servicio; por lo tanto, es necesario fidelizarlos para que continúen eligiendo la marca frente a otras que conocen.

## 2.1.2 La competencia

### 2.1.2.1 Caso de estudio: I.E.P. Santa Bernardita

**Tabla 3.**

*Información de la institución Santa Bernardita*

| DESCRIPCIÓN  | MISIÓN   | VISIÓN   | VALORES  | VISIÓN COMPARTIDA   |
|--|--|--|--|---|
| <p>Centro educativo con 30 años de experiencia. Perseguimos una formación humana y académica que construya personas preparadas intelectual y espiritualmente. Buscamos la educación integral mediante la formación de la inteligencia, los valores, la emotividad y afectividad, la capacidad física, artística, del carácter y la personalidad.</p> | <p>Brindar servicio educativo de calidad, atendiendo la demanda de alumnos emprendedores basada en una educación científica, tecnológica y en valores.</p> | <p>Ser una Institución líder en calidad educativa, con alumnos críticos, que tengan capacidad para su desenvolvimiento en la sociedad, contribuyendo al desarrollo integral de alumnos emprendedores con conocimientos científicos y tecnológicos.</p> | <p>Respeto, responsabilidad y solidaridad.</p> | <p>En el año 2021 los estudiantes de la desarrollarán desde el nivel inicial capacidades comunicativas, resolverán problemas, utilizarán las tics promoviendo una cultura ambientalista y cultivando valores para lograr niños y niñas líderes.</p> |

*Fuente: Elaboración propia con información de la página web oficial del colegio y Plan de Trabajo 2015 y 2020.*

**2.1.2.2 Competencia.** Capriotti, P. (2013) indica que cuando se habla de la competencia de las empresas, se trata de las organizaciones cuya finalidad es satisfacer la misma necesidad como empresa en el mismo mercado, categoría o sector de actividad en la que se desarrolla. Es por ello que para establecer componentes diferenciadores que le permitan al

colegio sobresalir y diferenciarse del servicio educativo que los demás colegios del distrito de La Unión brindan, se realizó una investigación simple de la competencia de la I.E.P Santa Bernardita. Para ello se observó la información pública en internet de los colegios privados que cuentan con inicial y primaria o con los tres niveles de estudios y el análisis se centró en la descripción breve del colegio, la misión, visión y valores de las instituciones.

**Tabla 4.**

*Cuadro informativo sobre la competencia directa del centro educativo Santa Bernardita*

| COLEGIO                              | DESCRIPCIÓN  | MISIÓN   | VISIÓN   | VALORES |
|--------------------------------------|--|--|--|---------|
| I.E.P. Sagrado Corazón de Jesús      | Sin información  | Sin información  |  |         |
| I.E.P. Ricardo Palma                 | Formamos jóvenes con valores y actitud, comprometidos con la educación.  |  |  |         |
| I.E.P. Santa Rosa                    | Más que una institución somos una familia  |  |  |         |
| I.E.P. San Antonio                   | I.E.P. San Antonio es una institución educativa de carácter privado y mixto.   | Brindar una educación de calidad.  |  |         |
| I.E.P. San Sebastián                 | Escuela primaria   |  |  |         |
| I.E.P Isaac Newton PREU              | Brinda un servicio de Educación Integral de Calidad.<br>Formación de niños y jóvenes académica, corporal, emocional, moral y espiritualmente.<br>Proyecto educativo innovador de formación Científico – Humanístico. Contamos con docentes titulados y con experiencia.                                  |  |  |         |
| I.E.P. DR. Leoncio Amaya Tume        | Escuela Media  |  |  |         |
| I.E.P. Tnte E.P. César Pinglo Chunga | El estudiante de la Institución Educativa "Tnte E.P. César Pinglo Chunga" de hoy, debe enfrentar no sólo a cambios y experiencias propias de su etapa de formación escolar en términos de las vigencias afectivas, mentales y sociales; Si no que debe también enfrentar lo que su entorno le presentan. | Aspiramos a una educación básica de calidad, que integra la cultura y el deporte con la ciencia y el desarrollo de nuevas tecnologías educativas. Formar ciudadanos con capacidades creativas y productivas. | Solidaridad y respeto a los derechos humanos y medio ambiente. |         |

| COLEGIO         | DESCRIPCIÓN                      | MISIÓN | VISIÓN | VALORES |
|-----------------|----------------------------------|--------|--------|---------|
| I.E.P. San José | Colegio en La Unión, Piura, Perú |        |        |         |

*Fuente: Elaboración propia con información extraída de las cuentas oficiales de Facebook de los colegios.*

La información pública encontrada en internet sobre los colegios privados de educación inicial, primaria y secundaria en el distrito de La Unión es poca. La mayor parte de esta, se encuentra publicada en las páginas oficiales de Facebook de las instituciones; la única que cuenta con página web oficial es la I.E.P. César Pinglo Chunga, sin embargo, en ella no se observó información publicada sobre la misión, visión o valores del centro educativo.

## **2.2 Problemática**

En el análisis de su misión, visión y visión compartida, se pueden observar tres pilares fundamentales que son sello distintivo de Santa Bernardita frente a su competencia:

1. Desarrollo integral de alumnos emprendedores.
2. Desarrollo de capacidades comunicativas.
3. Promover una cultura ambientalista.

Estos serán los ejes que guiarán el presente trabajo. La importancia de considerar aspectos de la identidad corporativa del colegio radica al momento de elegir la metodología de investigación y para la planificación que se realizará luego de obtener los resultados, pues tanto el diseño de instrumentos, como los métodos de análisis y las decisiones a tomar deben estar relacionadas con la identidad de la empresa. De esta manera, una vez que se conozcan los puntos clave, se podrá utilizar la comunicación para el logro de objetivos.

### **2.2.1 Metodología de investigación para el diagnóstico**

Para esta investigación se utilizaron dos herramientas de análisis: encuesta y entrevista a profundidad.

Las encuestas se realizaron a los padres para conocer la percepción que tienen sobre el centro educativo. Para definir el universo de investigación se tomó en cuenta a un padre por alumno, son 332 alumnos del colegio, el universo finito es ese. En total se recibieron 235 respuestas de los padres de familia (tamaño de muestra), lo que da como resultado un margen de error de 3.8% para un nivel de confianza de 97%.

Tamaño de la muestra para la población finita y conocida, según Murray y Larry (2009):

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{i^2(N-1) + Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q} \quad ^3$$

Además, teniendo en cuenta que Takaki, Bravo y Martínez (2015) consideran que la percepción que tienen los profesores de la institución tienen que ser congruentes con la cultura y los valores de la misma, y que además, deben tener claros los objetivos para que se genere una identidad más atractiva de la organización; se decidió realizar entrevistas a profundidad a los profesores más antiguos de la institución. Para esta entrevista se establecieron cinco variables fundamentales para los objetivos de esta investigación:

1. Percepción sobre los rasgos identitarios del colegio.
2. Valoración de la cultura corporativa.
3. Alineamiento entre los valores corporativos y la actividad docente.
4. Uso de plataformas de comunicación para llegar a padres de familia.
5. Uso de plataformas de comunicación para darse a conocer en la opinión pública local.

Los resultados obtenidos con ambas herramientas permitirán reconocer los puntos fuertes y débiles del colegio en cuanto a la percepción de su identidad, y, sobre todo, a la cultura institucional en el que se desenvuelven actualmente los públicos internos de la empresa.

### **2.2.2 Resultados**

Como ya se ha mencionado, el colegio particular Santa Bernardita cuenta con treinta años de experiencia que lo respaldan en el sector educativo del Bajo Piura; y esto se ve reflejado en la confianza que tienen los padres al matricular a sus hijos en esta institución. Sin embargo, carece de reconocimiento en algunos elementos fundamentales; debido a la falta de comunicación efectiva que permita promocionar sus actividades características con sus trabajadores, alumnos y padres.

Los resultados de las encuestas arrojan números elevados en la decisión de elegir la institución por la formación académica y en valores que brinda. Al igual que los trabajadores del colegio reconocen esas características como algunas de sus principales y más destacables; además está el cuidado del medio ambiente y la formación religiosa.

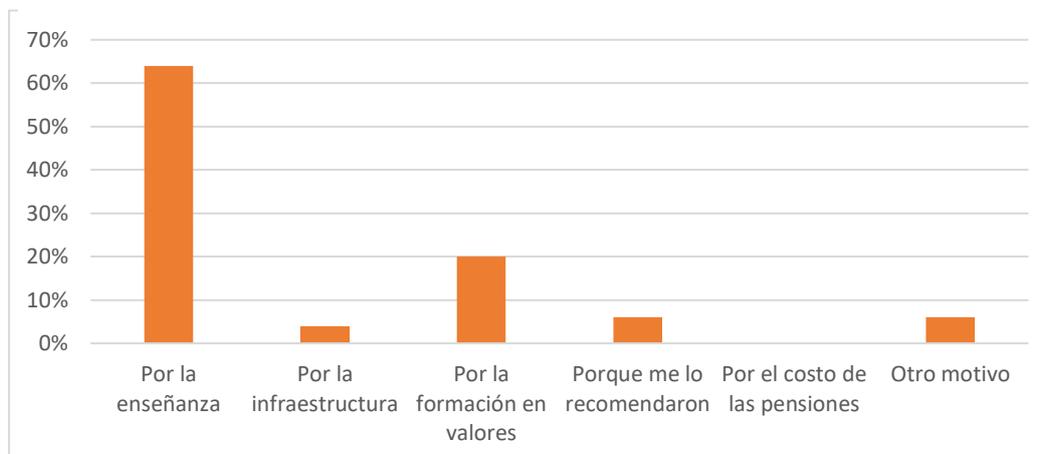
---

<sup>3</sup> n: tamaño muestral, N: tamaño de la población, Z: valor correspondiente a la distribución de gauss, p: prevalencia esperada del parámetro a evaluar, en caso de desconocerse (p =0.5), q: 1 – p (si p = 70 %, q = 30 %) i: error que se prevé cometer.

El 64% de los padres de familia matricularon a sus hijos en el colegio por la enseñanza y el 20% por la formación en valores.

**Figura 2.**

*Principalmente, ¿Por qué matriculaste a tu hijo en el colegio Santa Bernardita?*



*Fuente: Elaboración propia*

**Tabla 5.**

*Resultados de análisis 1*

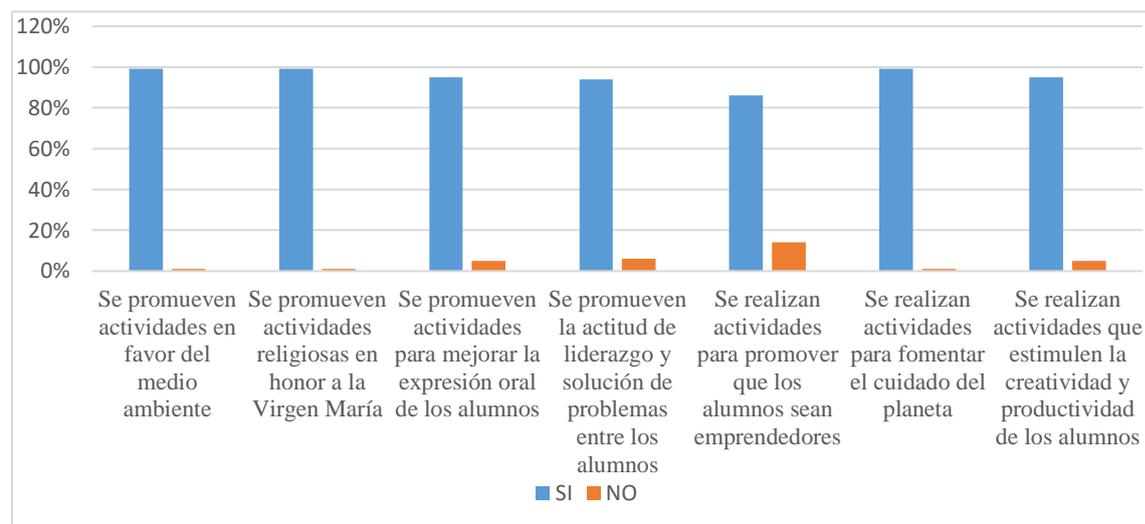
| Ítem                          | Porcentaje |
|-------------------------------|------------|
| Por la enseñanza              | 64%        |
| Por la infraestructura        | 4%         |
| Por la formación en valores   | 20%        |
| Porque me lo recomendaron     | 6%         |
| Por el costo de las pensiones | 0%         |
| Otro motivo                   | 6%         |

*Fuente: Elaboración propia*

Sin embargo, como se observa en los resultados siguientes, hay un bajo reconocimiento de actividades que fomenten el desarrollo de alumnos emprendedores y con capacidades comunicativas; dos de sus principales pilares. La promoción de actividades para mejorar la expresión oral de los alumnos (95%), de la actitud de liderazgo y solución de problemas (94%), la realización de actividades para promover que los alumnos sean emprendedores (86%) y las actividades para estimular la creatividad de los alumnos (95%); obtuvieron los resultados de reconocimiento más bajos por los padres de familia.

**Figura 3.**

*Considera usted que en el colegio ocurre lo siguiente:*



*Fuente: Elaboración propia*

**Tabla 6.**

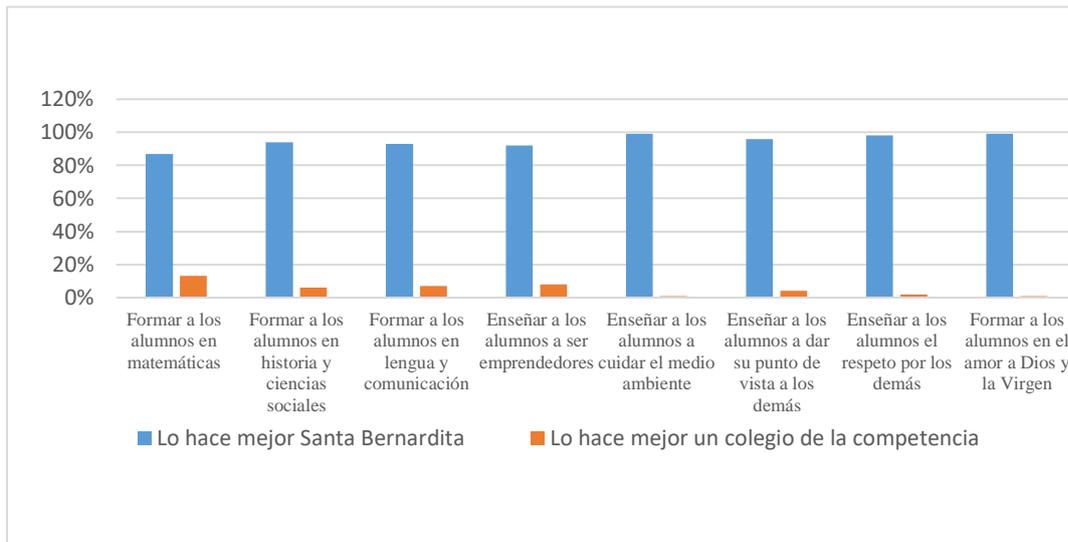
*Resultados de análisis 2*

| Item  | Sí  | No  |
|---|-----|-----|
| Se promueven actividades en favor del medio ambiente                                | 99% | 1%  |
| Se promueven actividades religiosas en honor a la Virgen María                      | 99% | 1%  |
| Se promueven actividades para mejorar la expresión oral de los alumnos              | 95% | 5%  |
| Se promueven la actitud de liderazgo y solución de problemas entre los alumnos      | 94% | 6%  |
| Se realizan actividades para promover que los alumnos sean emprendedores            | 86% | 14% |
| Se realizan actividades para fomentar el cuidado del planeta                        | 99% | 1%  |
| Se realizan actividades que estimulen la creatividad y productividad de los alumnos | 95% | 5%  |

*Fuente: Elaboración propia*

**Figura 4.**

*¿En qué se diferencia un alumno de Santa Bernardita respecto a escolares de otras instituciones educativas en La Unión?*



*Fuente: Elaboración propia*

**Tabla 7.**

*Resultados de análisis 3*

| Item  | Lo hace mejor Santa Bernardita | Lo hace mejor un colegio de la competencia |
|---|--------------------------------|--|
| Formar a los alumnos en matemáticas                       | 87%                            | 13%  |
| Formar a los alumnos en historia y ciencias sociales      | 94%                            | 6%   |
| Formar a los alumnos en lengua y comunicación             | 93%                            | 7%   |
| Enseñar a los alumnos a ser emprendedores                 | 92%                            | 8%   |
| Enseñar a los alumnos a cuidar el medio ambiente          | 99%                            | 1%   |
| Enseñar a los alumnos a dar su punto de vista a los demás | 96%                            | 4%   |
| Enseñar a los alumnos el respeto por los demás            | 98%                            | 2%   |
| Formar a los alumnos en el amor a Dios y la Virgen        | 99%                            | 1%   |

*Fuente: Elaboración propia*

De la misma manera, con la entrevista a profundidad se demostró que los profesores consideran que hacen falta actividades que potencien las capacidades comunicativas de los alumnos. Aunque, reconocen que el colegio sí realiza actividades que promueven la formación de alumnos emprendedores. Esto demuestra que hace falta la promoción de las actividades realizadas en este ámbito puesto que sí se realizan, pero los padres no tienen conocimiento de ello.



**Tabla 8.***Resultados de la entrevista a profundidad*

| <b>VARIABLES/<br/>MUESTRAS</b> | <b>Percepción sobre los rasgos<br/>identitarios del colegio</b>  | <b>Valoración de la<br/>cultura corporativa</b>  | <b>Alineamiento entre<br/>los valores<br/>corporativos y la<br/>actividad docente</b>  | <b>Uso de plataformas<br/>de comunicación<br/>para llegar a padres<br/>de familia</b>   | <b>Uso de plataformas de<br/>comunicación para<br/>darse a conocer en la<br/>opinión pública local</b>   |
|--------------------------------|--|--|--|---|--|
| Prof. Carlos<br>Pingo          | Sí promueve todo ese tipo de actividades para pensar en el desenvolvimiento de los alumnos. Se practica el cuidado del medio ambiente. Considero que el colegio los ayuda en eso (en actividades comunicativas)  | el trato es muy bueno, hay buena convivencia, hay una buena comunicación. Considero que hay un respeto mutuo y confianza.  | Se diferencian en el respeto, en la buena enseñanza, en la buena formación.  | La agenda escolar es el usado para comunicarme con los padres. El problema es que los padres no la revisan siempre. En Facebook uno se entera de las actividades más rápido                 | No he visitado el sitio web del colegio.<br><br>En Facebook uno se entera de las actividades más rápido. |
| Prof.<br>Marleni<br>Agurto     | Su amor por la naturaleza eso lo hace distinto a los demás colegios, promueve actividades donde los niños buscan la manera de solucionar problemas, y se desarrollan en el aspecto cultural y cívico. Falta un poco más de eventos donde interactúen entre sí y desarrollen sus capacidades comunicativas. | sería parte de la familia Bernardina, en el colegio todos nos apoyamos, hay distanciamiento entre algunos profesores sobre todo nuevos con los directivos, extrañaría, mi equipo de trabajo, el colegio, sus jardines, su infraestructura. | El alumno es respetuoso con los valores que se le han formado, es una persona de bien para la sociedad, que sea líder, Se da alternativas de solución, es importante enseñarles a ser autónomos. | La agenda escolar es el medio de comunicación que más uso para contactar a los padres.<br><br>El problema es que a veces los papás no firmaban la agenda.<br><br>No utilizo mucho Facebook. | No he visitado el sitio web del colegio.<br><br>No utilizo Facebook y por eso no lo he recomendado.      |

| <b>VARIABLES/<br/>MUESTRAS</b> | <b>PERCEPCIÓN SOBRE LOS RASGOS<br/>IDENTITARIOS DEL COLEGIO</b>  | <b>VALORACIÓN DE LA<br/>CULTURA CORPORATIVA</b>   | <b>ALINEAMIENTO ENTRE<br/>LOS VALORES<br/>CORPORATIVOS Y LA<br/>ACTIVIDAD DOCENTE</b>   | <b>USO DE PLATAFORMAS<br/>DE COMUNICACIÓN<br/>PARA LLEGAR A PADRES<br/>DE FAMILIA</b>   | <b>USO DE PLATAFORMAS DE<br/>COMUNICACIÓN PARA<br/>DARSE A CONOCER EN LA<br/>OPINIÓN PÚBLICA LOCAL</b>  |
|--------------------------------|--|---|---|---|---|
| Prof.<br>Blanca<br>Agurto      | El clima entre alumnos y maestros es muy bueno. Claro que promueve actividades para que sean líderes, esa es la base desde el nivel inicial, también promueve la cultura. La importancia que le da al medio ambiente es fabulosa, es el único colegio que promueve el amor por la naturaleza. Un poco en los últimos tiempos han disminuidos las actividades para aumentar la comunicación de los alumnos, sobre todo habilidades sociales, es en la interacción | Los padres saben que hijo iba a recibir la educación que ellos quieren. Los maestros tienen que amar enseñar. La relación es buena, la comunicación es buena, somos una familia educativa, todos están en intercomunicación. Por el colegio siento cariño, hay gratitud, me agrada el lado humano de la solidaridad que hay, ir al colegio es mi relax. | La diferencia es los valores, decir siempre la verdad. Mi trabajo cambia en el nivel académico, aquí hay más nivel que en el Estado. Deben centrarse más en tener una comunicación asertiva y ser empáticos, hacer uso de la interacción, da gusto que pequeños ya se expresan, han desarrollado mucho su capacidad oral. | La agenda escolar es el medio más usado para comunicarme con los padres.<br><br>El problema es que el papá a veces no leía la agenda,<br><br>No tengo Facebook. | No he visitado el sitio web del colegio.<br><br>No he revisado Facebook porque no tengo uno.  |
| Silvana<br>Palacios            | El ambiente es muy importante para acoger a los niños. Me llama la atención el cuidado del medio ambiente. Ellos pueden ser líderes promoviendo el cuidado del medio ambiente. En inicial  | El colegio es una familia, están todos siempre de forma solidaria para apoyar, hay buenas relaciones siempre con directivos y administrativos,  | Es importante el saludo, el respeto y los valores.  | La agenda y el grupo de WhatsApp. A veces no la revisan por temas de trabajo.<br><br>Solo utilizo Facebook con ellos cuando quiero motivarlos,                  | Sí entré a la plataforma virtual.<br><br>Me parece que en Facebook falta un poco más de información. En el Facebook del colegio pueden conocer un |

|              |  |  |   |   |   |
|--------------|--|--|---|---|---|
|              | hacemos que los niños reciten, expresen sentimientos y emociones; en primaria hacen oratoria, inculcamos bastante lo que es para que los niños se expresen y se comuniquen.                            | sobre todo por el respeto. El ambiente, a lo que estamos acostumbradas, al trato de los administrativos, es muy bueno.                         |   | como forma de apreciar su trabajo.  | poco más de lo que hace el colegio.                           |
| Conclusiones | Se confirman sus tres ejes: formación de alumnos emprendedores, con capacidades comunicativas y con cultura ambientalista. Además, se rescata la formación académica y en valores, la infraestructura. | La cultura corporativa del colegio se desarrolla dentro de un ambiente agradable, con una buena comunicación, respeto entre todos y confianza. | Se rescata el valor del respeto dentro y fuera de la institución. | El medio de comunicación más utilizado por los profesores para llegar a los padres de familia es la agenda escolar. No se utiliza Facebook. | Se considera Facebook como una buena plataforma de promoción. |

*Fuente: Elaboración propia*

Cabe resaltar que los profesores rescatan los valores y la infraestructura del colegio como elementos importantes del mismos; sin embargo, esos aspectos no son utilizados en este trabajo pues se considera que son reconocidos por sus públicos. Por eso, solo se centra en aquellos aspectos fundamentales de su misión que están debilitados ante los consumidores.

Teniendo en cuenta esto, el presente trabajo se centrará en potenciar estos dos elementos fundamentales: el desarrollo integral de alumnos emprendedores y fomentar sus capacidades comunicativas; sin dejar de lado la cultura ambientalista.





### Capítulo 3 Estrategia de comunicación

Para presentar un plan de comunicación que fomente la cultura organizacional de la Institución Educativa Particular Santa Bernardita; mediante el cual se genere una convivencia que permita potenciar las capacidades de comunicación y liderazgo de los alumnos, como manifestación de la identidad del centro educativo, es necesario conocer la situación actual de la empresa y así luego implementar estrategias de comunicación que impacten en la cultura y clima de la organización.

La estrategia utilizada parte de una investigación realizada, la cual permitió valorar cómo es percibido el centro educativo tanto por los docentes como por los padres de familia, ambos públicos internos del colegio. Además, llevó a conocer el ambiente, clima y cultura organizacional, para a partir del reconocimiento de sus debilidades o falencias, tomar acciones para potenciar y obtener mejores resultados.

La comunicación organizacional, como bien lo expresan Apolo, Báez, Pauker y Pasquel (2017), es “la gestión de identidad, imagen y reputación que a través de la investigación permite identificar valores agregados, atributos, diferenciadores y ventajas competitivas; que mediante el direccionamiento estratégico de las herramientas comunicacionales contribuyen a la notoriedad y a la construcción de vínculos hacia los stakeholders, aportando al logro de los objetivos planteados”. (p. 524). Asimismo, los autores señalan que la comunicación dentro de una institución se afianza desde la comunicación interna y externa, con categorías de análisis como identidad, imagen y reputación corporativa.

En esta oportunidad, debido a la amplitud de lo que significa trabajar con la gestión de la identidad corporativa de una organización, el presente trabajo se centrará en uno de sus factores: la cultura corporativa. Para Janicijevic (2012), “la cultura organizacional consiste en estructuras cognitivas colectivas, tales como supuestos, valores, normas y actitudes, pero también de símbolos que materializan y manifiestan su contenido cognitivo (...) La cultura ayuda a los empleados y gerentes a determinar el significado de los conceptos, cosas y eventos dentro de y fuera de la organización”<sup>4</sup> (p.128).

---

<sup>4</sup> “Organizational culture consists of collective cognitive structures, such as assumptions, values, norms and attitudes, but also of symbols which materialize and manifest its cognitive content (...) Culture helps the employees and managers determine the meaning of the concepts, things and events both within and outside of the organization.”

Además, Takaki, Bravo y Martínez (2015) agrega que la cultura corporativa es importante para encaminar el comportamiento no solo de la empresa, si no también, de todos sus miembros.

Puesto que, además, Janicijevic (2012) considera que todo lo que sucede en una empresa, desde la toma de decisiones para crear una estrategia, las decisiones de acción que se toman en ella; hasta las relaciones interpersonales entre los miembros de la organización, está de algún u otro modo, determinado por la cultura organizacional. Asimismo, Hernández y Zamora (2010) exponen que una buena cultura organizacional ayuda no solo a aumentar la pertenencia de los públicos, también mejora el clima laboral, reduce conflictos con la competencia y aumenta la satisfacción de los estudiantes.

### **3.1 Descripción de la estrategia**

Se realizó esta investigación teniendo como centro fomentar la cultura de la organización. Con el análisis de resultados se obtuvieron los elementos más resaltantes de la identidad de la empresa y de la cultura institucional; se identificaron los puntos fuertes y débiles del colegio; se conoció la relación entre los directivos, profesores y padres de familia como parte del clima laboral; entre otros factores importantes para la consecución de los objetivos de esta investigación.

Como ya se ha mencionado al inicio de esta investigación, las empresas tienen que transmitir lo que son y comunicar lo que hacen tanto dentro de la organización como fuera de ella. Para ello, la comunicación interna cobra un papel principal para que el mensaje sea coherente con las acciones; además, los públicos internos del colegio, sobre todo los profesores, deben ser testigos de primera mano de que lo que se dicen en la institución concuerda con lo que hace; así los trabajadores tomarán mayor conciencia de la identidad del centro educativo Santa Bernardita y de sentirán más comprometidos con el trabajo que realizan en el lugar.

### **3.2. Objetivos estratégicos**

Los objetivos principales de esta estrategia son:

- Mejorar la comunicación interna del colegio con nuevos canales para aumentar el sentido de pertenencia de los profesores, padres y alumnos de la institución.
- Generar mayor participación de los miembros de la organización con el aumento de actividades que fortalezcan la cultura ambientalista de la empresa.
- Potenciar los recursos de comunicación que ya tienen disponibles como empresa.
- Aumentar la promoción de las actividades que realiza para que sea de conocimiento en la comunidad.

Teniendo en cuenta toda esta información, se armará un plan de comunicación para la I.E.P. Santa Bernardita, el cual consiste en estrategias de comunicación interna para fidelizar a los trabajadores, mejorar el clima laboral y reforzar el conocimiento de identidad. Y, además, de comunicación digital en Facebook, debido a los resultados obtenidos en la investigación previamente realizada como ya se mencionará más adelante, para promocionar la cultura y actividades realizadas por el colegio para que sean de conocimiento público.

Para esta estrategia se tienen en cuenta los recursos disponibles, tanto humanos como materiales, de la empresa para disminuir los costos, puesto que no hay un presupuesto destinado específicamente al área de comunicación, pero sí a otras actividades (capacitaciones) de las que se puede obtener beneficios. Además, todas las decisiones y recursos serán alineados a la misión, visión, valores corporativos y objetivos del colegio Santa Bernardita.





## Capítulo 4 Plan de comunicación

Este plan de comunicación parte de la estrategia antes mencionada; y consiste en una planificación principalmente participativa en la cual se crean un conjunto de acciones diseñadas para el logro de los objetivos del colegio Santa Bernardita de La Unión. Este se divide en decisiones de comunicación interna y de comunicación digital.

Para que sea efectivo, es necesario que el colegio sea coherente con lo que dice y hace y, también, que comunique lo que hace. Así, se proponen una serie de actividades que fomenten la cultura institucional y que permitan que los profesores, alumnos y padres de familia identifiquen en mayor grado los principales ejes del colegio: desarrollo integral de alumnos emprendedores, desarrollo de capacidades comunicativas y promover una cultura ambientalista. Y con esto, además, aumentar el sentido de pertenencia que tienen en el colegio.

Como parte de la comunicación interna del colegio, se iniciará con una fase de difusión informativa, en la cual consta de dos acciones principales:

- Se difundirá material digital e impreso sobre la cultura corporativa.
- Se realizará una reunión entre directivos, personal administrativo, de servicio y docentes para que se refuerce la importancia de tener una buena convivencia y formar parte de las actividades que se realizarán para conseguir los objetivos.

Ejes claves del discurso: “Somos un centro educativo enfocado en formar alumnos líderes en la sociedad; jóvenes emprendedores con capacidades comunicativas correctamente desarrolladas y capaces de solucionar problemas. Que, además, tengan una cultura ambientalista desarrollada, que trabajen por y para el mundo”.

Cabe resaltar, que en el plan se incluyen algunas actividades, pero, debido a que es una planificación participativa que busca incluir a todos los miembros en la toma de decisiones, se abrirá un diálogo sobre algunas otras que los trabajadores propongan con el fin de que se sientan parte de esto. Además, en esta sesión se conversará sobre la misión, visión compartida y valores del centro educativo. Todo ello quedará registrado en el acta oficial de reuniones oficiales del colegio, la cual es firmada por todos los presentes al concluir el encuentro. Finalmente, se realizará un pequeño compartir para conocer, en un ambiente menos formal, las reacciones de los trabajadores de la empresa

Para conseguir una buena comunicación interna, es necesario que todos los miembros estén comprometidos en impulsar una gestión de calidad de la cultura institucional. Como

expone Apolo, Báez, Pauker y Pasquel (2017) un buen clima laboral es importante en las organizaciones, y para ello se debe partir de un plan de comunicación en el que cada empleado sea parte de la agenda de actividades.

Es por ello que se continuará con la fase de acción, para la cual, antes se realizará una reunión entre directivos, promotora, responsable de la comunicación interna, coordinadores (3) y tres docentes (un representante de cada nivel educativo). El objetivo de esto es que las actividades presentadas sean coordinadas y monitoreadas por un equipo de trabajo responsable para que se lleven a cabo de la mejor manera y así obtener los resultados deseados.

Acciones a realizar:

- Se aumentará el número de periódicos murales del colegio (de 1 a 5), los cuales se ubicarán en lugares estratégicos para que estén al alcance y visibles para todos los que visiten el colegio. Este será modificado, se pasará de publicaciones con largos textos sobre temas específicos como fechas festivas; para darle mayor relevancia a las imágenes que llamen la atención. Todo lo publicado será coordinado por un encargado que trabajará con un equipo para asegurarse de que vaya en línea con la identidad de la empresa.
- Siguiendo esta línea, durante el año se programarán más actividades de interacción, con temática ambientalista, entre directivos y trabajadores del colegio, con el objetivo de aumentar espacios que propicien que se conozcan unos a otros, interactúen entre sí, mejore el clima laboral y se comprometan a trabajar por los pilares del colegio. Estos eventos son integraciones, jornadas deportivas y espirituales, salidas de campo o viajes, cenas o almuerzos en festividades, entre otros.
- Al mismo tiempo se fomentará ambientes de trabajo favorables para potenciar la cultura entre estos trabajadores, como habilitar y ambientar de manera correcta la sala de profesores.
- Se implementarán nuevos canales de comunicación: cada profesor tendrá un correo electrónico y contraseña generados por la institución, con el cual podrán ingresar a la plataforma virtual del colegio. Esto con el fin de unificar los canales oficiales de comunicación directa y formal, dejando de lado un poco el boca a boca y el WhatsApp. Así todos recibirán la información a tiempo y estarán al tanto de todos los eventos, comunicados, reuniones, etc., de la organización.

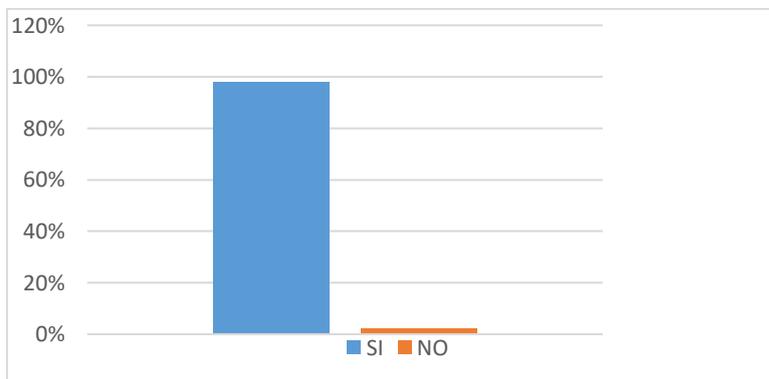
- Se aumentarán las capacitaciones de los docentes, durante dos veces en cada trimestre se invitará a profesionales especialistas en liderazgo, emprendimiento, oratoria y en cultura ambientalista para que capaciten a los trabajadores.
- Se realizará un material audiovisual con la información del colegio, para que sea presentado a los nuevos empleados y así se familiarice con la identidad, cultura institucional y principales objetivos.

Siguiendo con el plan de comunicación, para Atarama-Rojas y Vega-Foelsche (2020), las redes sociales como gestoras de la comunicación dentro de las empresas está en aumento porque permiten conseguir más cercanía con los públicos de interés de modo más rápido, directo y sin mayores gastos. Además, los autores consideran que en estas plataformas todos pueden producir y recibir todo tipo de información, como opiniones, imágenes u otros contenidos que tengan valor para ellos o sean de su interés. Es por eso que, como parte de la comunicación digital, se utilizará la página de Facebook oficial. Se decidió solo por esta red social debido a los resultados encontrados en la investigación realizada.

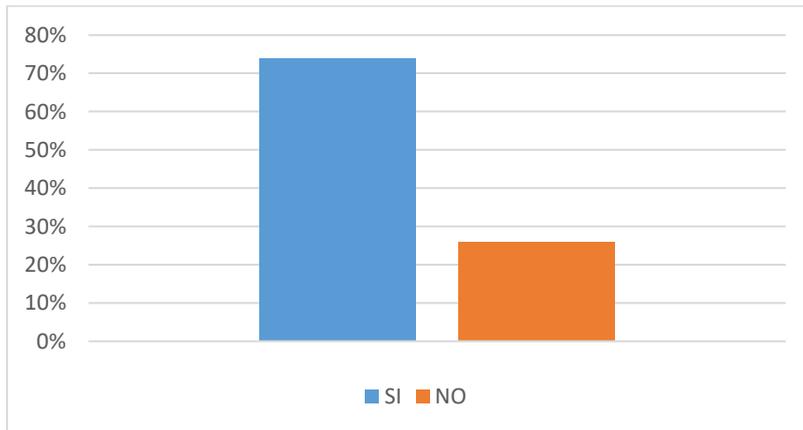
Por un lado, se encontró que los padres de familia utilizan Facebook (98%); y conocen y visitan la página del colegio; entonces se utilizará este recurso ya disponible para llegar a ellos y dar a conocer al colegio. Instagram se dejó de lado porque los padres de la institución no utilizan esta red social (74%).

### Figura 5.

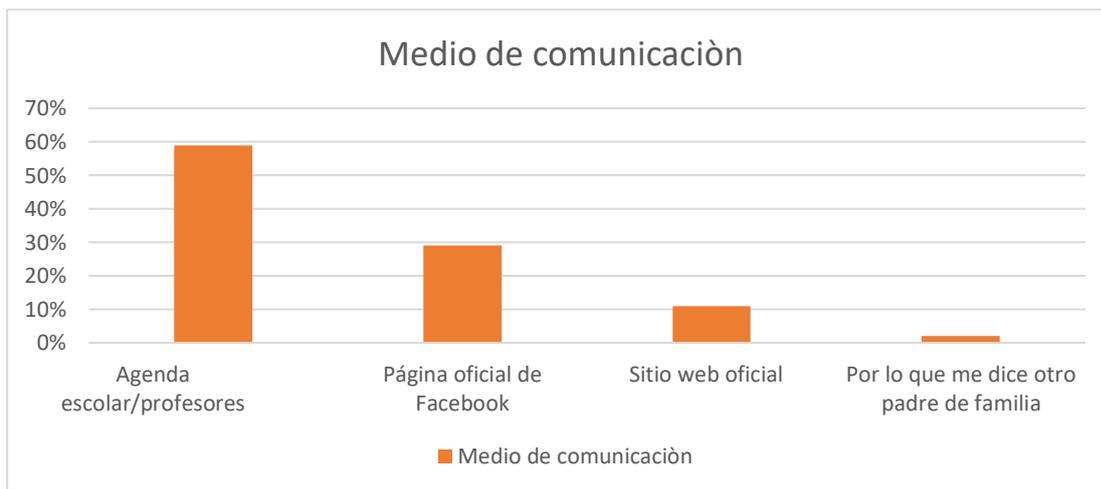
*¿Tiene Facebook?*



*Fuente: Elaboración propia*

**Figura 6.***¿Utiliza Instagram?**Fuente: Elaboración propia*

Además de la agenda escolar y la comunicación con los profesores, la página de Facebook oficial del colegio es un medio muy utilizado por los padres para conocer información importante del colegio, como comunicados oficiales o eventos de la institución.

**Figura 7.***¿Por qué medio, principalmente, se entera de los comunicados oficiales del colegio?**Fuente: Elaboración propia*

**Tabla 9.***Resultado de encuesta 4*

| Ítem                                     | Porcentaje |
|--|------------|
| Agenda escolar/profesores                | 59%        |
| Página oficial de Facebook               | 29%        |
| Sitio web oficial                        | 11%        |
| Por lo que me dice otro padre de familia | 2%         |

*Fuente: Elaboración propia***Figura 8.***¿Por qué medio, principalmente, te enteras de los eventos del colegio?**Fuente: Elaboración propia***Tabla 10.***Resultado de encuestas 5*

| Ítem                                     | Porcentaje |
|--|------------|
| Página oficial de Facebook               | 34%        |
| Sitio web oficial                        | 8%         |
| Agenda escolar/profesores                | 56%        |
| Por lo que me dice otro padre de familia | 0,4%       |
| Normalmente no me entero                 | 1%         |

*Fuente: Elaboración propia*

Para este plan de comunicación se harán cambios estratégicos importantes. Teniendo en cuenta lo que Blanco (2018) sostiene sobre que las instituciones deben tener normas de identidad visual corporativa, abordar mensajes reales y considerar los elementos fundamentales de la cultura organizacional: mito, ideología, ritos, creencias, hábitos, normas, símbolos. Además, reflexiona sobre la importancia de los símbolos en las organizaciones para generar presencia física de marca ante la sociedad y, sobre todo, ante sus públicos.

Actualmente, la página oficial de Facebook de la I.E.P. Santa Bernardita cuenta con 1584 “me gusta” y 1824 seguidores. Y en el último mes antes del cierre de este trabajo (del 12/10 al 8/11 de 2020) alcanzó las siguientes estadísticas: 7153 personas alcanzadas, 4994 interacciones con las publicaciones y 9 “me gusta” nuevos.

Además de conseguir los objetivos identitarios antes mencionados, se tiene como objetivos secundarios aumentar las interacciones en las publicaciones de Facebook. Para ello, se realizarán algunos cambios importantes en el sitio oficial de Facebook del colegio:

- Se recontractará a un community manager, el anterior dejó el cargo durante el 2020 y actualmente es manejado por tres docentes del colegio. Así las publicaciones solo estarán a cargo de esta persona para tener una unidad y continuidad.
- Se le pedirá al encargado de redes y diseñador gráfico de la empresa que establezcan un solo modelo de publicaciones que respeten una línea de colores, tipo de letra, diseños y mensajes.
- La insignia y colores del colegio estarán presentes en todas las publicaciones realizadas para generar marca visual y así sea más reconocida por el público.

En ese sentido, Atarama-Rojas y Vega-Foelsche (2020) consideran que las instituciones deben generar su marca con una dimensión socializadora. Para los autores, las empresas pueden mejorar su reputación si contribuyen con comunicaciones que orienten a la comunidad en temas de bienestar común de la sociedad. Por este lado, se puede aprovechar para potenciar la cultura ambientalista del colegio, pues es uno de sus principales diferenciadores frente a su competencia.

Existen actividades que ya viene realizando desde años atrás pero que no cuentan con la promoción debida.

Las decisiones de las publicaciones específicas en Facebook se tomarán cuando se haya contratado el community manager y se arme el calendario de publicaciones, pero a continuación se presenta un ejemplo base de lo que sería.

**Tabla 11.***Calendario de publicaciones en Facebook*

| <b>Día</b> | <b>Lunes</b>                                      | <b>Martes</b>                               | <b>Miércoles</b>                            | <b>Jueves</b>                               | <b>Viernes</b>                                    | <b>Sábado</b>   | <b>Domingo</b> |
|------------|---|---|---|---|---|---|----------------|
|            | Publicación de marca                              | Publicación de marca                        | Publicación de marca                        | Publicación de marca                        | Publicación de marca                              | Solo se publicará si se cree conveniente hacerlo sobre algún tema en particular y de importancia para la empresa. |                |
|            | Compartir noticias del colegio o de interés común | Publicación para reforzar identidad/cultura |   | Publicación para reforzar identidad/cultura | Compartir noticias del colegio o de interés común |   |                |
|            | Fotos/video de actividades diarias                | Fotos/video de actividades diarias          | Fotos/video de actividades diarias          | Fotos/video de actividades diarias          | Fotos/video de actividades diarias                |   |                |
|            | Publicación para reforzar identidad/cultura       |   | Publicación para reforzar identidad/cultura |   | Publicación para reforzar identidad/cultura       |   |                |

*Fuente: Elaboración propia*

De esta manera, se dividirá en contenido diarios como publicaciones sobre la marca, para reforzar identidad/cultura de la empresa y actividades diarias. Y, en contenidos esporádicos, sobre noticias sobre algún evento importante, noticias de interés y bienestar común, promoción de las actividades realizadas por el colegio, sobre todo las que forman parte del presente plan de comunicación, entre otros.

Como ya se ha mencionado, este plan va dirigido a los públicos internos de la institución, los cuales son: los trabajadores del colegio, a los padres y familia y a los alumnos. Para ello, como evidencian Atarama-Rojas y Vega-Foelsche (2020), se tiene que tener en cuenta sus intereses y preferencias para poder llegar a ellos y aumentar la interacción con el contenido publicado. Además, aseguran que los contenidos educativos alcanzan más interacción que otros, y que aquellos vinculados al orgullo de la institución o sobre la preocupación por la sociedad consiguen más participación de los usuarios. Estos aspectos son tomados en cuenta en la creación de las publicaciones realizadas en Facebook.

Propuesta para las publicaciones:

- Utilizar la insignia del colegio como principal símbolo para identificar a la institución y que sea diferenciada.

- Utilizar los colores representativos de centro de estudios para generar reconocimiento: rojo, plomo, blanco y verde.
- Utilizar el mismo tipo de letra para mantener una línea en las publicaciones.
- Utilizar las fotografías propias del colegio para promocionar las actividades relacionadas con los principales ejes del colegio.
- La frase que impulsa todas las publicaciones: “**¡Formamos mejores ciudadanos!**” Esta se publicará como encabezado de todas las imágenes y publicaciones para englobar los tres ejes del colegio:

Formar jóvenes emprendedores, desarrollar sus capacidades comunicativas y fomentar la cultura ambientalista.

Ejemplos de las publicaciones en Facebook:

### Figura 9.

#### *Publicación de Facebook 1*



*Fuente: Elaboración propia*

**Figura 10.***Publicación de Facebook 2**Fuente: Elaboración propia***Figura 11.***Publicación de Facebook 3**Fuente: Elaboración propia*

Estas publicaciones serán promocionadas para que tengan mayor alcance, sobre todo a nuevos miembros de la sociedad, y de esta manera, ganar más seguidores en la página oficial de Facebook. Esto necesita una inversión de dieciocho nuevos soles peruanos, para promocionar cada anuncio durante cinco días. Con esto, se estima llegar hasta a mil personas y conseguir 162 interacciones.

## Figura 12.

### *Promoción de publicaciones de Facebook*

**Promocionar publicación**

**Objetivo**  
¿Qué resultados te gustaría obtener de este anuncio?  
 **Conseguir más interacción**  
 Muestra el anuncio a las personas con más probabilidades de comentar, compartir o reaccionar a él. [Cambiar](#)

**Botón**  
 Opción de botón  
 Sin botón

**Categoría de anuncio especial** [Más información](#)  
 Anuncios sobre temas sociales (como economía o derechos civiles y sociales), elecciones, o figuras o campañas políticas.

**Público**  
 ¿Quién quieres que vea tu anuncio?  
 **Personas que crees por medio de la segmentación**

**Características del público**  
 Lugar: Virreyes en Perú, Tarma Region  
 Edad: 18 - 24

Personas a las que les gusta tu página

Personas a las que les gusta tu página y sus amigos

[Crear nuevo](#)

**Vista previa del anuncio**

IEP Santa Bernadita - La Unión  
 Fomentar mejores ciudadanos  
**¡Cambia de actitud con el mundo!**  
 Me gusta Comentar Compartir

**Todas las vistas previas**

**Resultados diarios estimados**

|                                |             |
|--------------------------------|-------------|
| Personas alcanzadas            | 361 - 1 mil |
| Interacción con la publicación | 56 - 162    |

**Resumen del pago**  
 Tu anuncio estará en circulación durante 5 días.  
 Presupuesto total: S/18,10 PEN

*Fuente: Elaboración propia*

Todas las acciones antes mencionadas serán supervisadas y posteriormente evaluadas por un equipo de trabajo formado por directivos y docentes del colegio con la finalidad de conocer sus repercusiones, fortalezas, debilidades y resultados.

## Conclusiones

**Primera.** Con la investigación realizada se consiguió entender la importancia de la comunicación, tanto interna como externa, dentro de una institución pequeña como lo es el centro educativo particular, Santa Bernardita. El colegio tiene fortalezas reconocidas y valoradas por sus trabajadores como por los padres de familia que matriculan a sus hijos en dicha institución; sin embargo, la falta de comunicación sobre su identidad y cultura corporativa genera una disminución de realización de actividades que refuercen la identidad del colegio; lo cual genera a su vez, una falta de reconocimiento de los pilares institucionales del colegio.

**Segunda.** La falta de promoción de las actividades que realiza una institución genera que sus públicos internos sean cada vez menos conscientes de sus diferenciadores. El colegio busca brindar un servicio que va más allá de lo que ofrecen los demás colegios: educar; y para ello realiza actividades que buscan formar alumnos emprendedores, líderes capaces de comunicarse y solucionar problemas; y, sobre todo, se distingue de su competencia por la cultura ambientalista que imparte. La institución se encuentra ubicada en un local rodeado de naturaleza y donde se observa el reciclaje por todos lados; además, realiza constantemente actividades de cuidado ambiental en la sociedad. Sin embargo, no sabe comunicar ese interés ni las acciones que realiza al público. Por lo tanto, el público no los reconoce como sus principales características; así, queda clara la importancia de la gestión de la comunicación en una empresa como potenciadora de marca de cara a la sociedad.

**Tercera.** El área empresarial, es decir, la parte corporativa de las empresas, deben trabajar de la mano con personas encargadas de la comunicación dentro de la organización. No basta con establecer filosofía y cultura de la empresa (misión, visión y valores corporativos), es necesario establecer un plan estratégico de comunicación para que estos sean conocidos por los públicos internos y externos de la organización. En ese sentido, a la I.E.P. Santa Bernardita le hacía falta un plan de comunicación interna como elemento fundamental para una efectiva cultura institucional que luego refleje sus resultados al exterior de la empresa; es por ello que es importante realizar actividades de comunicación interna para trabajar en equipo con todos los miembros del colegio, en busca de los mismos objetivos. Además, resalta lo indispensable de un plan de comunicación digital en Facebook para dar a conocer a la sociedad lo que el colegio realiza, y así aumente el reconocimiento del colegio como formador de líderes, emprendedores y cuidadores del medio ambiente.

**Cuarta.** Para conseguir grandes resultados en el ámbito de la comunicación es indispensable que todos los miembros de la empresa se involucren activamente en la creación y difusión de contenidos. Ellos forman parte esencial de la empresa y son los principales difusores de la misma, por ello es fundamental generar un clima laboral bueno, guiado por una correcta cultura institucional que genere compromiso y fidelidad en sus miembros. Es importante que las instituciones tengan alineados a sus stakeholder para conseguir el éxito. Respecto a esto, a pesar que los docentes de Santa Bernardita se sienten parte del colegio, hacen falta actividades que permitan mayor integración para aumentar identificación con los pilares de la organización, sobre todo para integrar a los nuevos miembros, los cuales se convierten en un público nuevo que se tiene que atraer y fidelizar. Esto se realiza para conseguir que los profesores y alumnos, sean embajadores de la identidad de la I.E.P., y para esto, es clave la línea de mensajes que se crean y se dirigen a ellos.

**Quinta.** Una institución que tiene una buena cultura institucional, tiene una buena identidad y conseguirá destacar en el mercado del resto de su competencia. Este diferencial conseguirá que más personas quieran ser parte de ella, tanto trabajadores como consumidores; en este caso, como alumnos y padres de familia. Una cultura institucional que funcione para conseguir los pilares de una institución, construye una empresa capaz de atraer a los públicos necesarios para lograr sus objetivos planteados y tener éxito en el mercado.

## Lista de referencias

- Apolo, D., Báez, V., Pauker, L. y Pasquel, G. (2017). Gestión de Comunicación Corporativa: consideraciones para el abordaje de su estudio y práctica". *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, 521-539. <http://www.revistalatinacs.org/072paper/1177/27es.html>
- Atarama-Rojas, T. y Vega-Foelsche, D. (2020). Comunicación corporativa y branded content en Facebook: un estudio de las cuentas oficiales de las universidades peruanas. *Revista de Comunicación*, 19(1), 37-53. <https://doi.org/10.26441/RC19.1-2020-A3>
- Blanco, T. (2018). La construcción de la identidad corporativa en las universidades españolas. *Revista Internacional de Ciencias Sociales y Humanidades*, 27(2). <https://n9.cl/43yv>
- Capriotti, P. (2013). *Planificación estratégica de la identidad corporativa*. Instituto de Investigación en Relaciones Públicas. <http://www.bidireccional.net>
- Carro-Suárez, J., Sarmiento-Paredes, S. y Rosano-Ortega, G. (2017). La cultura organizacional y su influencia en la sustentabilidad empresarial. *Revista Estudios Gerenciales*, 33(145). <https://doi.org/10.1016/j.estger.2017.11.006>
- Hernández, F. y Zamora, R. (2010). Diagnóstico de la imagen de marca de las instituciones universitarias en España. *II Congreso Internacional Latina de Comunicación Social*, Universidad La Laguna, España. <https://n9.cl/kets>
- IEP Santa Bernardita (septiembre 09, 2020). *Página web oficial de la IEP Santa Bernardita*. <https://www.iepsantabernardita.net/>
- I.EP Santa Bernardita (2015). *Plan de formación 2020 "Somos niños y niñas con aspiraciones de ser mejores cada día"*
- Janicijevic, N. (2012). Organizational culture and strategy. *Ekonomika preduzeca*. 60(3-4), 127-139. <https://doi.org/10.5937/ekopre1204127J>
- Martos, R (2009). *Cultura Corporativa: Misión, Visión y Valores en la Gestión Estratégica de las empresas del sector de la Automoción en España*. [Tesis doctoral, Universidad Pontífica de Cataluña]. <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/6784/TRMC1de1.pdf>
- Ministerio de Educación. (1990). Resolución Directoral N° 0237-90. Santa Bernardita.
- Ministerio de Educación. (1996). Resolución Directoral N° 1741-96. Santa Bernardita.
- Ministerio de Educación. (2015). Resolución Directoral 0614-15. Santa Bernardita.
- Ministerio de Educación. (2016). *Guía para formular e implementar el proyecto educativo institucional*. Ministerio de Educación, Perú. <http://www.minedu.gob.pe/pdf/proyecto-educativo-institucional.pdf>

- Murray, R. y Larry, J. (2009). *Estadística*. The McGraw-Hill. <https://n9.cl/ugff>
- Pérez, A., Rodríguez, I. (2014). Identidad, imagen y reputación de la empresa: integración de propuestas teóricas de una gestión exitosa. *Cuadernos de Gestión*. 14(1), 97-126. <http://dx.doi.org/10.5295/cdg.130389ap>
- Rincón, Y. (2014). Comunicación Corporativa, Relaciones Públicas y Logística en la Dinámica Organizacional. *Encuentros*. 12 (1), 47-59. <http://www.scielo.org.co/pdf/encu/v12n1/v12n1a04.pdf>
- Senger, P. (2010). *La quinta disciplina: el arte y la práctica de la organización abierta al aprendizaje*. Gránica. <https://www.univermedios.com/wp-content/uploads/2018/08/La-quinta-disciplina-Peter-Senge-.pdf>
- Takaki, M., Bravo, R. y Martínez, E. (Abril, 2015). La gestión de la identidad corporativa en la Universidad: análisis y consecuencias desde la perspectiva del profesorado. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 24(1), 25-34. <https://doi.org/10.1016/j.redee.2014.05.001>



## Apéndices

### Informe de desempeño profesional

#### Presentación

Egresada de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Piura en 2016, cuento con un Diplomado en Marketing Estratégico Digital en la misma universidad (UDEP-Sede Piura). Interesada en la comunicación corporativa con el objetivo de conocer y trabajar en todos los aspectos que esta contiene para, principalmente, mejorar la gestión de la comunicación en la empresa en la que trabajo; pero, además, fortalecer la importancia que se le da a este ámbito en las empresas, sobre todo en las pequeñas y medianas.

El interés por la Comunicación inició por la rama del marketing; sin embargo, en el 2014 mientras realizaba un intercambio estudiantil en La Universidad Austral de Buenos Aires - Argentina, conocí el área de Comunicación Corporativa y supe que quería dedicarme a eso: la identidad corporativa, la imagen corporativa y las relaciones públicas son aspectos que me apasionan.

Soy una profesional responsable, con capacidad de trabajar en equipo, con habilidades de liderazgo y manejo de conflictos, y con ganas de seguir aprendiendo día a día. Durante los últimos años ha adquirido visión estratégica, facilidad comunicativa, conocimientos digitales y experiencia en servicio al cliente.

#### Desarrollo profesional

Mi desarrollo profesional se ha consolidado en la Institución Educativa Particular “Santa Bernardita” en el distrito de La Unión, en la provincia de Piura. Esta empresa es un colegio con treinta años de trayectoria y experiencia en el ámbito educativo. Durante muchos años fue un colegio de educación inicial y primaria; actualmente, trabaja también con primero y segundo de secundaria, con un total de 322 alumnos y 33 trabajadores. Los directivos se proyectan para el 2023 trabajar con todos los grados del nivel secundario.

Inicié a trabajar en esta institución en el 2016 como Community Manager. El colegio ya contaba con una página de Facebook reciente, pero no era muy utilizada por la encargada, es por eso que tomo el control de la página oficial con el fin de aumentar seguidores y dar a conocer las actividades centrales del colegio, de esta manera los padres de familia podían interactuar más en las publicaciones. Para este trabajo trabajé de la mano de un fotógrafo y diseñador gráfico contratado por la empresa.

En el 2018 retorné al colegio desde verano. Realicé, con ayuda de otro diseñador que contratamos eventualmente, la campaña de ingreso a clases 2019 que contaba con spots de radios, publicaciones de Facebook, anuncios en las emisoras del distrito y volantes en los

principales establecimientos comerciales de la localidad. Durante el año 2018 y el 2019 realicé, con un equipo de trabajo conformado por algunos docentes, eventos que contaron con un plan estratégico para conseguir auspiciadores para brindar becas a fin de año, y también para captar a alumnos nuevos para el siguiente año. Estos eventos se transmitieron en la señal de cable del distrito y obtuvimos resultados positivos. Además, realizamos piezas audiovisuales para la campaña navideña, de vacaciones útiles de verano 2019 y 2020 y campaña de matrícula 2020. Cabe resaltar que la campaña de matrícula 2019 y 2020, se centró en captar alumnos para primero y segundo de secundaria, grados que recién se incorporaron en esos años respectivamente.

Durante el periodo 2018-2019 se trabajó en acciones con el objetivo de posicionar a la institución como una empresa responsable con el medio ambiente. Es así que, junto con un comité especial de trabajadores y directivos, realizamos la campaña: “Por un mundo más verde” que consistía en hacer un biohuerto dentro del colegio, el cual fue realizado por padres de familia, alumnos y profesores; con el fin de incentivarlos a sembrar plantas también dentro de sus hogares. Por otro lado, se realizaron actividades para dar a conocer e incentivar el reciclaje en los integrantes del colegio y en el distrito en general. Entre estas actividades se realizaron dos jornadas de reciclaje al año: una fue solo con la comunidad Bernardina, y la otra con invitación a todos aquellos pobladores del distrito o aledaños que querían unirse. Ambas campañas se promocionaron por Facebook y televisión.

Durante el presente año 2020, debido a la coyuntura generada por la pandemia de la COVID-19, se realizaron modificaciones en la institución, dentro de ellas se me asignaron otras actividades. El manejo de la página de Facebook actualmente está a cargo de otras personas.

Durante este tiempo me desempeñé como responsable de la comunicación interna de la organización, fundamentalmente con los docentes, y la comunicación directa con los padres de familia para disminuir los riesgos y problemas suscitados por la situación. Por lo cual, me mantengo en comunicación directa con el director del colegio, la promotora, la coordinadora general de estudios, el director de UGEL-La Unión, una especialista regional de Indecopi, la abogada y con la contadora de la institución. Junto con los directivos y coordinadores, además de un ingeniero de sistemas, creamos la página web oficial del colegio y la plataforma para el aula virtual de los alumnos. Actualmente mis funciones principales son generar comunicados específicos para cada situación tanto para docentes como para padres de familia, e incluso en algunos casos para los alumnos.

En el verano 2019 tuve la oportunidad de trabajar en la empresa American Contratistas Generales S.A.C ubicada en Miraflores, en la cual trabajé en el área de marketing junto a un

equipo de cinco personas (tres comunicadores, un administrador y un practicante). Principalmente realicé un trabajo en equipo para dar a conocer a sus clientes los nuevos servicios que brindaba la empresa, enviar notas de prensa sobre un incidente reciente de interés público y diseñar el merchandising de la Oficina de Ingeniería y Servicios Técnicos S.A que se iba a distribuir en un evento corporativo donde se buscaba clientes potenciales.

### **Reflexiones finales**

A partir de la experiencia profesional, he consolidado mi aprendizaje en la importancia del manejo de la comunicación en todas las empresas, incluso en las pequeñas, para conseguir sus objetivos, ya sean de reconocimiento o económicos, puesto que las evidencias demuestran que la publicidad ya no es la única herramienta que nos permite transmitir mensajes a los clientes y crear una imagen de marca. Actualmente la comunicación está en todas partes y necesita ser eficiente tanto en el ámbito interno como externo de la empresa, tener una comunicación integral.

Además, he conocido de cerca el alcance que pueden tener las redes sociales y los beneficios que estas pueden generar para las empresas, si es que se manejan de manera correcta con objetivos particulares y con conocimiento de lo que se quiere decir y a quién se le quiere decir. Por último, pero no menos importante, he descubierto la importancia que tiene la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en las empresas, las cuales deben tener un compromiso con la sociedad, que aporten algo más de lo que les interesa como negocio y que sepan darlo a conocer para así incluir en ese aporte a su misma comunidad, con el objetivo de generar un cambio positivo.



## Apéndice A. Certificados



# Institución Educativa Privada "Santa Bernardita"

Fundada con Resolución Directoral N° 237, el 30 de marzo de 1990  
Calle César Vallejo N° 109 - La Unión - Piura

*Estudio, disciplina, plegaria y hogar*

### Certificado de Trabajo

Por medio del presente, se certifica que la señorita Maripily Carolina Montenegro Goicochea identificado con D.N.I. N° 74702210, ha laborado en la empresa I.E.P "Santa Bernardita" identificada con RUC N° 10027901030 y con dirección en Calle César Vallejo 801 en el distrito de La Unión - Piura desde enero de 2016 y continua laborando en la empresa, desempeñando el cargo de Community Manager y encargada de Imagen Constitucional, demostrando responsabilidad, honestidad y dedicación en las labores que le fueron encomendadas.

Se expide el presente a solicitud del interesado para los fines que estime conveniente.

Piura, 21 de Agosto del 2020



I.E.P. SANTA BERNARDITA  
JULIAN E. ORTIZ MARTINEZ  
DIRECTOR

Calle Cesar Vallejo N° 109 -La Unión- Piura  
[www.iepsantabernardita.net](http://www.iepsantabernardita.net)  
IEP Santa Bernardita - La Unión



## Anexos

### Anexo 1. Relación de trabajadores de la I.E.P. Santa Bernardita

| NOMBRE                        | CARGO  |
|-------------------------------|--|
| Julián Ortiz Martínez         | Director   |
| Carolina Goicochea Calderón   | Promotora  |
| Rosa María Morales Pingo      | Coordinadora General y del Nivel Inicial             |
| Karol Morales Pingo           | Secretaria   |
| Maripily Montenegro Goicochea | Administración y Comunicación Corporativa            |
| Carlos More Martínez          | Diseño gráfico                                       |
| Rosa Ubillús Agurto           | Profesora de 2 años                                  |
| Milagros Ipanaqué Imán        | Profesora de 3 años sección A                        |
| Elizabeth Infante Ancajima    | Profesora de 3 años sección B                        |
| Belinda Ramírez Flores        | Profesora de 4 años sección A                        |
| Lisenia Ramírez Flores        | Profesora de 4 años sección B                        |
| Silvana Palacios Otero        | Profesora de 5 años                                  |
| Marleni Agurto Villar         | Coordinadora de primaria y profesora de Primer Grado |
| Sarely Cercado Correa         | Profesora de Segundo Grado sección A                 |
| Leticia Gonzales Huertas      | Profesora de Segundo Grado sección B                 |
| Gloria Vignolo Purizaca       | Profesora de Tercer Grado                            |
| Jackeline Temoche Panta       | Profesora de Cuarto Grado                            |
| Deysi More Silva              | Profesora de Quinto Grado                            |
| Emérita Calderón Delfín       | Profesora de Sexto Grado                             |
| José Guzmán Chunga            | Profesor de Ciencias Tecnológicas y Ambientales      |
| Pablo Silupú Yovera           | Profesor de Historia                                 |
| Jesús Sandoval Coveñas        | Profesora de Matemática                              |
| Leslie Antón Chapilliquén     | Profesora de Comunicación                            |
| Percy Vílchez Silva           | Profesor de Religión                                 |
| Blanca Agurto Villar          | Profesora de Inglés                                  |
| Betty Pingo Agurto            | Profesora de Inglés                                  |
| Carlos Pingo Zeta             | Profesor de danza                                    |
| María Ester Ipanaqué          | Contadora  |
| Arletti Fiestas Godoy         | Abogada  |
| Raymundo Ayala                | Vigilancia   |
| Andrea Santos Aquino          | Mantenimiento  |

Fuente: Elaboración propia.

**Anexo 2. Relación de padres de familia del colegio Santa Bernardita**

|                  |            |
|------------------|------------|
| <b>02 AÑOS</b>   | 6          |
| <b>03 AÑOS A</b> | 11         |
| <b>03 AÑOS B</b> | 9          |
| <b>04 AÑOS A</b> | 6          |
| <b>04 AÑOS B</b> | 15         |
| <b>05 AÑOS</b>   | 19         |
| <b>1 GRADO</b>   | 19         |
| <b>2 GRADO A</b> | 20         |
| <b>2 GRADO B</b> | 15         |
| <b>3 GRADO</b>   | 19         |
| <b>4 GRADO</b>   | 16         |
| <b>5 GRADO</b>   | 27         |
| <b>6 GRADO</b>   | 21         |
| <b>1ER AÑO</b>   | 19         |
| <b>2DO AÑO</b>   | 27         |
| <b>TOTAL</b>     | <b>249</b> |

Fuente: Elaboración propia.

### Anexo 3. Encuesta

#### Ficha técnica:

Universo: 322

Muestra: 235

Margen de error: 3,8

Nivel de confianza: 97%

#### I. Datos generales:

Nivel de estudios de su(s) hijos:

- A. Solo Inicial
- B. Solo Primaria
- C. Solo Secundaria
- D. Inicial y Primaria
- E. Primaria y Secundaria
- F. Inicial y Secundaria
- G. En los tres niveles

#### II. Sobre el colegio

**Principalmente, ¿Por qué matriculaste a tu hijo en el colegio Santa Bernardita?**

- A. Por la enseñanza
- B. Por la infraestructura
- C. Por la formación en valores
- D. Porque me lo recomendaron
- E. Por el costo de las pensiones
- F. Otro motivo

**Como padre de familia, cómo valoraría al colegio en los siguientes aspectos:**

| Aspectos   | muy bueno | bueno | malo | muy malo |
|--|-----------|-------|------|----------|
| Equipamiento tecnológico                                 |           |       |      |          |
| Nivel académico en las clases                            |           |       |      |          |
| Infraestructura (aulas, patios, áreas verdes, etc.)      |           |       |      |          |
| Preocupación por el cuidado del medio ambiente           |           |       |      |          |
| Preocupación por formar alumnos con actitud emprendedora |           |       |      |          |
| Preocupación por formar alumnos que digan lo que piensan |           |       |      |          |
| Preocupación por formar alumnos con valores              |           |       |      |          |

**¿Qué tanto cree usted que el colegio se asocia a los siguientes valores?**

| <b>Valores</b>  | <b>Mucho</b> | <b>poco</b> | <b>nada</b> |
|-----------------|--------------|-------------|-------------|
| Respeto         |              |             |             |
| Honestidad      |              |             |             |
| Responsabilidad |              |             |             |
| Solidaridad     |              |             |             |
| Compromiso      |              |             |             |
| Tolerancia      |              |             |             |
| Perseverancia   |              |             |             |

**¿Considera usted que sus ideas son escuchadas por los profesores y directivos del colegio?**

A. SI

B. NO

C. ALGUNAS VECES

**¿Cómo evalúa los servicios brindados por la institución?**

| <b>Servicios</b>                    | <b>muy bueno</b> | <b>bueno</b> | <b>malo</b> | <b>muy malo</b> |
|-------------------------------------|------------------|--------------|-------------|-----------------|
| Formación académica                 |                  |              |             |                 |
| Educación en valores                |                  |              |             |                 |
| Formación en responsabilidad social |                  |              |             |                 |
| Educación en arte y deportes        |                  |              |             |                 |
| Escuela de padres                   |                  |              |             |                 |
| Atención de los profesores          |                  |              |             |                 |
| Atención de secretaría              |                  |              |             |                 |
| Atención de administración          |                  |              |             |                 |
| Atención de directivos              |                  |              |             |                 |

**Considera usted que en el colegio ocurre lo siguiente:**

| <b>Ítem</b>   | <b>Sí</b> | <b>No</b> |
|---|-----------|-----------|
| Se promueven actividades en favor del medio ambiente                                |           |           |
| Se promueven actividades religiosas en honor a la Virgen María                      |           |           |
| Se promueven actividades para mejorar la expresión oral de los alumnos              |           |           |
| Se promueven la actitud de liderazgo y solución de problemas entre los alumnos      |           |           |
| Se realizan actividades para promover que los alumnos sean emprendedores            |           |           |
| Se realizan actividades para fomentar el cuidado del planeta                        |           |           |
| Se realizan actividades que estimulen la creatividad y productividad de los alumnos |           |           |

**En qué se diferencia un alumno de Santa Bernardita respecto a escolares de otras instituciones educativas en La Unión:**

| <b>Ítem</b>   | <b>Lo hace mejor Santa Bernardita</b> | <b>Lo hace mejor un colegio de la competencia</b> |
|---|---------------------------------------|---|
| Formar a los alumnos en matemáticas                       |                                       |   |
| Formar a los alumnos en historia y ciencias sociales      |                                       |   |
| Formar a los alumnos en lengua y comunicación             |                                       |   |
| Enseñar a los alumnos a ser emprendedores                 |                                       |   |
| Enseñar a los alumnos a cuidar el medio ambiente          |                                       |   |
| Enseñar a los alumnos a dar su punto de vista a los demás |                                       |   |
| Enseñar a los alumnos el respeto por los demás            |                                       |   |
| Formar a los alumnos en el amor a Dios y la Virgen        |                                       |   |

### **III. Sobre la comunicación del colegio**

**¿Por qué medio, principalmente, se entera de los comunicados oficiales del colegio?**

- A. Agenda escolar/profesores
- B. Página oficial de Facebook
- C. Sitio web oficial
- D. Por lo que me dice otro padre de familia

**¿Por qué medio conociste el reglamento interno del colegio?**

- A. Profesores
- B. Agenda escolar
- C. Sitio web oficial
- D. Por lo que me dijo otro padre de familia
- E. No lo conozco

**¿Por qué medio, principalmente, te enteras de los eventos del colegio?**

- A. Página oficial de Facebook
- B. Sitio web oficial
- C. Agenda escolar/profesores
- F. Por lo que me dice otro padre de familia
- D. Normalmente no me entero

**IV. Sobre publicaciones realizadas por la institución en la página oficial de Facebook y el sitio web oficial del colegio**

**¿Qué tanto interés tienes en las publicaciones oficiales del colegio?**

- A. MUCHO
- B. POCO
- C. NADA

**¿Tiene Facebook?**

- A. SI
- B. NO

**¿Ha visitado el sitio web oficial del colegio?**

- A. SI
- B. NO

**¿Utiliza Instagram?**

- A. SI
- B. NO

**¿Qué tan de acuerdo está con las siguientes afirmaciones sobre la información brindada por el colegio en su página web y Facebook?**

| Ítem                          | De acuerdo | Desacuerdo | No sabe/no opina |
|-------------------------------|------------|------------|------------------|
| La información es clara       |            |            |                  |
| La información llega a tiempo |            |            |                  |
| La información es suficiente  |            |            |                  |
| La información es atractiva   |            |            |                  |
| La información es real        |            |            |                  |

**V. Uso de dispositivos y plataformas**

**Teniendo en cuenta la coyuntura actual, responda:**

El dispositivo utilizado para que sus hijos reciban clases es:

- A. PC de escritorio
- B. Laptop
- C. Tablet
- D. Celular

**Valore el desempeño de las clases de sus hijos en WhatsApp, Zoom y la plataforma virtual del colegio.**

| <b>Plataforma</b>  | <b>muy bueno</b> | <b>bueno</b> | <b>malo</b> | <b>muy malo</b> |
|--------------------|------------------|--------------|-------------|-----------------|
| Zoom               |                  |              |             |                 |
| WhatsApp           |                  |              |             |                 |
| Plataforma virtual |                  |              |             |                 |

Fuente: Elaboración propia.



## **Anexo 4. Entrevista a Profundidad**

### **I. METODOLOGÍA DE TRABAJO DE CAMPO**

1. Técnica: Método cualitativo.
2. Herramienta: Entrevista a Profundidad.
3. Universo: Profesores del colegio Santa Bernardita – La Unión

Dinámica:

| <b>#</b> | <b>Fecha</b> | <b>Entrevistado</b>    | <b>Descripción</b>                    |
|----------|--------------|------------------------|---------------------------------------|
| 1        | 23/10/20     | Carlos Pingo Zeta      | Profesor de Danza                     |
| 2        | 24/10/20     | Marleni Agurto Villar  | Profesora de Primer Grado de Primaria |
| 3        | 26/10/20     | Silvana Palacios Otero | Profesora del aula de Inicial 5 años  |
| 4        | 26/10/20     | Blanco Agurto Villar   | Profesora de Inglés                   |

5. Condición de muestra: profesores que trabajan hace más de cinco años en el colegio Santa Bernardita.
6. Recolección de datos: mediante cuestionario elaborado ad hoc para esta investigación.

### **II. Variables de análisis**

1. Percepción sobre los rasgos identitarios del colegio
2. Valoración de la cultura corporativa
3. Alineamiento entre los valores corporativos y la actividad docente
4. Uso de plataformas de comunicación para llegar a padres de familia
5. Uso de plataformas de comunicación para darse a conocer en la opinión pública local.

### III. Cuestionario:

#### 1. Percepción sobre los rasgos identitarios del colegio

- ¿Por qué crees que los padres de familia eligen matricular a sus hijos en este colegio?
- ¿Consideras que Santa Bernardita es un colegio diferente al resto del distrito? ¿Por qué?
- ¿Consideras que el colegio promueve actividades para formar adolescentes líderes?
- ¿Qué opinas de la importancia que le da el colegio al cuidado del medio ambiente? ¿En qué lo notas?
- ¿Crees que el colegio realiza suficientes actividades para mejorar la capacidad de comunicación y desenvolvimiento de los alumnos?

#### 2. Valoración de la cultura corporativa

- Desde tu punto de vista, ¿qué crees que piensa la sociedad de los profesores de SB? ¿Nos conocen realmente? ¿Por qué?
- ¿Animarías a algún colega tuyo a trabajar en este colegio? ¿Por qué?
- Desde la mirada de los padres de familia, ¿cómo crees que ven la relación y convivencia entre profesores, administrativos y directivos del colegio? ¿A qué se debe?
- Si se fuera a trabajar a otro colegio, ¿qué es lo más extrañarían? ¿y qué lo que no extrañarían?

#### 3. Alineamiento entre los valores corporativos y la actividad docente

- En la vida social, ¿qué conducta se espera de un egresado del colegio SB? ¿En qué se diferenciaría de un egresado de otro colegio?
- Cuando ingresa al aula el primer día de clase del año escolar, ¿suele dar recomendaciones al margen del contenido de su curso? ¿Cuáles son y por qué?
- En el caso hipotético de que tuviera que dictar clases en otra institución, ¿en qué cambiaría su trabajo?
- ¿En qué temas cree que el colegio debería hacer énfasis en la formación de los alumnos? ¿Por qué?

#### 4. Uso de plataformas de comunicación para llegar a padres de familia

- ¿Cuál es el principal medio de comunicación que usted utiliza para comunicarse con los padres de familia? ¿Por qué lo utiliza?
- De los medios que utiliza para comunicarse con los padres de familia, ¿cuáles son los problemas recurrentes que ha encontrado?
- ¿Utiliza el Facebook como medio de comunicación? ¿En qué casos?
- ¿Qué opina de la agenda del colegio como medio de comunicación entre profesores y padres de familia?

## **5. Uso de plataformas de comunicación para darse a conocer en la opinión pública local**

¿Ha visitado últimamente la página web del colegio?

¿Qué opina de la página oficial de Facebook del colegio? ¿Considera que tiene la información necesaria para conocer a la institución?

¿Le ha recomendado a alguna persona interesada en el colegio que lo busque por Internet? ¿Por qué?

¿Conoce alguna otra plataforma de comunicación mediante la cual el colegio se dé a conocer en el distrito?

### **Entrevistado: Carlos Pingo Zeta – Trabaja en el colegio desde 1997**

#### **1. ¿Por qué crees que los padres de familia eligen matricular a sus hijos en este colegio?**

Porque el colegio es buena institución, tiene su buena infraestructura, tiene sus jardines para que los chicos se puedan recrear, tiene la comodidad que los padres quieren.

#### **2. ¿Consideras que Santa Bernardita es un colegio diferente al resto del distrito? ¿Por qué?**

Sí, porque los demás colegios no tienen esa misma infraestructura, no tienen todo lo que el colegio tiene, como te repito, tiene sus jardines, los chicos respiran un buen aire ahí en el colegio, no es como otros colegios, como el Bernardita que tiene de todo, su enseñanza también, la enseñanza es muy buena, no lo digo solo porque yo trabaje ahí, sino porque yo tengo amigos y ellos me lo dicen, que en colegio donde estoy para qué, muy bueno, comparando con otros colegios no es igual todo lo que tiene el colegio Bernardita.

#### **3. ¿Consideras que el colegio promueve actividades para formar adolescentes líderes?**

Sí promueve todo ese tipo de actividades para pensar en el desenvolvimiento de los alumnos, con actividades que siempre se realizan como arte, matemática, deporte. En el colegio todo el chico se ve que los docentes les enseñan su desenvolvimiento, y ellos también tienen un talento que no se les puede comparar con el desenvolvimiento de los alumnos de otros colegios.

#### **4. ¿Qué opinas de la importancia que le da el colegio al cuidado del medio ambiente? ¿En qué lo notas?**

Se practica el cuidado del medio ambiente, la conservación del medio ambiente. Con actividades como los biohuertos, con el cuidado de las áreas verdes, el reciclaje, les enseñan a los chicos a reciclar, en el colegio se practica el cuidado de las plantitas y todo eso, a no ensuciar y reciclar siempre los docentes les incentivan a hacerlo, incluso ellos tienen sus tachitos donde deben ir a poner sus botellas de plástico, separar del vidrio. Sí lo considero.

**5. ¿Crees que el colegio realiza suficientes actividades para mejorar la capacidad de comunicación y desenvolvimiento de los alumnos?**

Sí, si se practica como en las ferias de ciencias que se hagan y en los días del logro se aprecia que los chicos sí se saben desenvolver, cuando hay actividades del colegio ellos lo saben hacer muy bien, en la capacidad artística, se les incentiva a los niños que tienen talento en el canto, para baile, para el dibujo, para el teatro. Considero que el colegio los ayuda en eso.

**6. Desde tu punto de vista, ¿qué crees que piensa la sociedad de los profesores de SB? ¿Nos conocen realmente? ¿Por qué?**

Creo que los papás piensan que los profesores tienen una buena enseñanza, están muy bien capacitados, lo que dice la gente es eso, siempre la gente pregunta cómo se enseña, lo comparan con otro colegio y no van a encontrar otro igual a lo que tiene el colegio. Creo que sí aciertan en lo que piensan porque siempre me han hablado muy bien de los profesores del colegio Bernardita, nunca me han dado comentarios negativos de los profesores de ahí, de todos los que trabajamos ahí, no solo de los profesores.

**7. ¿Animarías a algún colega tuyo a trabajar en este colegio? ¿Por qué?**

Sí animaría un compañero a trabajar ahí porque el trato es muy bueno, el trato de los dueños, directivos, administrativos, docentes, todos, sobre todo los jefes tienen un buen trato siempre. También tiene una buena infraestructura, hay buena enseñanza, prestigio, los papás también, por la buena convivencia entre alumnos y profesores. Lo recomendaría porque el Santa Bernardita es uno de los primeros colegios, de los más antiguos, recomendaría al cien por ciento y también por el sueldo porque considero que es bueno.

**8. Desde la mirada de los padres de familia, ¿cómo crees que ven la relación y convivencia entre profesores, administrativos y directivos del colegio? ¿A qué se debe?**

Ven que hay siempre una buena comunicación, una buena relación entre los profesores, entre todos hay un respeto siempre, una comunicación muy buena con las cabezas que no considero que si nos vamos a otra institución no va a ser igual como lo que tenemos en el colegio, con el buen trato, con los padres de familia también aunque tal vez no se conocen a todos, en mi caso no los conozco a todos, pero los padres sí pueden observar esa buena relación porque siempre que converso con ellos siempre resaltan que en el colegio no hay como en otras instituciones que los profesores discuten, todos vamos siempre a respetar. Considero que hay un respeto mutuo.

**9. Si se fuera a trabajar a otro colegio, ¿qué es lo más extrañarían? ¿y qué lo que no extrañarían?**

Te voy a hablar de lo que más extrañaría, el buen trato, esa confianza que he tenido y tengo, que si yo estoy en otra institución no tendré lo que tengo en este colegio, las buenas relaciones que tengo con los profesores. Extrañaría todo, no hay nada que no extrañaría. Extrañaría la confianza, a los alumnos, no es igual, irme a otra con alumnos y docentes nuevos todos sería muy diferente.

**10. En la vida social, ¿qué conducta se espera de un egresado del colegio SB? ¿En qué se diferenciaría de un egresado de otro colegio?**

Se diferencian en el respeto, en la buena enseñanza, en la buena formación que han tenido ellos, en el respeto que siempre se les inculca, los niños del colegio saben respetar.

**11. Cuando ingresa al aula el primer día de clase del año escolar, ¿suele dar recomendaciones al margen del contenido de su curso? ¿Cuáles son y por qué?**

Sí, doy recomendaciones de respeto entre alumno y docente y entre ellos, se les habla para enseñar a respetar, las recomendaciones luego de presentarse es enseñarles a respetar al docente y comunicar cualquier inconveniente que tengan, es darles un poco de confianza para que no estén temerosos con el docente y confíen en nosotros.

**12. En el caso hipotético de que tuviera que dictar clases en otra institución, ¿en qué cambiaría su trabajo?**

No cambiaría nada

**13. ¿En qué temas cree que el colegio debería hacer énfasis en la formación de los alumnos? ¿Por qué?**

Considero que debería centrarse más en el curso de matemática, porque ahora los chicos se desesperan y los papás no saben de matemáticas muy bien, centrarse más en matemáticas porque es lo que más piden los chicos, hay chicos que saben más y no es difícil, pero a otros sí, y podrían darles ayuda extra a los chicos en matemática. Más importancia también se le puede dar a la formación de cada alumno para que sea más responsable porque algunos alumnos no lo cumplen, no cumplen con horarios de entrega, responsables con el docente o en el colegio, a veces no usan el uniforme correcto, usan física cuando no debe, las zapatillas no eran las correcta, no son todos, son algunos, pero debemos centrarnos más en eso, en que sean más responsables con esas cosas.

**14. ¿Cuál es el principal medio de comunicación que usted utiliza para comunicarse con los padres de familia? ¿Por qué lo utiliza?**

La agenda escolar, se envían comunicados impresos, yo la uso porque era más fácil que los alumnos le entregan la agenda al papá, pero a veces el papá no estaba ni enterado, yo tenía que llamarlo porque en la agenda siempre estaban sus números, por ese medio de la llamada también se enteraban de las cosas ellos.

**15. De los medios que utiliza para comunicarse con los padres de familia, ¿cuáles son los problemas recurrentes que ha encontrado?**

La agenda no la revisan siempre los padres y dicen que no lo hacen por temas de trabajo, en el teléfono a veces no respondían.

**16. ¿Utiliza el Facebook como medio de comunicación? ¿En qué casos?**

No utilizo Facebook, tengo, pero es para mi uso personal.

**17. ¿Qué opina de la agenda del colegio como medio de comunicación entre profesores y padres de familia?**

En algunos casos funciona, en otros no porque los papás no leen las agendas, no las firman, el alumno no le enseñaba la agenda al papá o la mamá.

**18. ¿Ha visitado últimamente la página web del colegio?**

No

**19. ¿Qué opina de la página oficial de Facebook del colegio? ¿Considera que tiene la información necesaria para conocer a la institución?**

Ahí uno se entera de las actividades más rápido, de lo que habrá. Considero que sí porque vemos la infraestructura del colegio, se ven las actividades que se realizan, la educación que tienen y eso considero que es muy bueno, que la pagina es excelente.

**20. ¿Le ha recomendado a alguna persona interesada en el colegio que lo busque por Internet? ¿Por qué?**

Sí, he recomendado siempre que busquen por Facebook porque ahí van a conocer todo lo del colegio, ahí van a poder ver todo lo que tiene el colegio, la enseñanza que se les da, el trato que se les da a todos.

**21. ¿Conoce alguna otra plataforma de comunicación mediante la cual el colegio se dé a conocer en el distrito?**

No

**Entrevistado: Marleni Agurto Villar – 27 años trabajando en el colegio**

**1. ¿Por qué crees que los padres de familia eligen matricular a sus hijos en este colegio?**

Porque el colegio tiene prestigio, prestigio de que ahí se enseña muy bien, se enseña en valores, sus profesores van acorde con lo que pide el MINEDU, cuando un niño se va a otro colegio regresan porque comparan y no encuentran lo que el colegio da, especialmente que es la acogida de las autoridades y de los profesores hacia los niños.

**2. ¿Consideras que Santa Bernardita es un colegio diferente al resto del distrito? ¿Por qué?**

Sí, tiene un lugar ganado porque cuando el colegio empezó con los primeros profesores dimos que teníamos que trabajar fuerte para que el colegio tenga un nombre y el colegio salga adelante, ese trabajar consistía en una enseñanza buena, cuando íbamos a presentaciones dábamos lo mejor, nos amaneábamos y todo eso hizo que el colegio tenga prestigio, cuando íbamos a los concursos éramos los primeros puestos, cuando nosotros llegábamos a los concursos, los demás decían “ya vienen”, como que nos tenían un poco de respeto porque los niños siempre salían con los triunfos, eran lindos esos tiempos en la que todos los maestros sin excepción nos poníamos la camiseta, nos esforzábamos para que los niños logren su objetivo, es bueno que sigamos manteniendo eso porque es bueno que el niño sea competitivo, desde ahí ya se está viendo que es niño es un líder porque luego cuando va a secundaria y universidad sigues con ese mismo objetivo y lo logra, es por eso que hay muchos exalumnos que ya son profesionales.

Algunos papás decían que había bajado la enseñanza de la educación, pero es cuestión de que los nuevos maestros se adapten al ritmo de trabajo del colegio. En cuanto a la diferencia encuentro en su infraestructura, es el mejor del bajo Piura, sus aéreas verdes, su amor por la naturaleza eso lo hace distinto a los demás colegios, su parte organizativa también es muy buena aunque actualmente a veces flojeamos un poco y debemos mejorar, eso lo pone en orden el director y lamentablemente este año falta esa fuerza y orden del que dirige pero en cuanto a todo lo demás, los maestros ponen de su parte a pesar de que hemos tenido un año muy atípico, hemos visto la manera de conectarnos con los niños y que los padres estén contentos.

**3. ¿Consideras que el colegio promueve actividades para formar adolescentes líderes?**

Sí, promueve cuando hay actividades de ciencia, ahí los niños buscan la manera de solucionar problemas, cuando participan con otros colegios, cuando pedían participación de los alumnos en otros colegios ahí estaban los niños participando, se medían fuerzas con los demás

tanto en conocimiento como en el aspecto cultural y cívico y todo eso va formando a los estudiantes.

**4. ¿Qué opinas de la importancia que le da el colegio al cuidado del medio ambiente? ¿En qué lo notas?**

Es excelente, y estamos ayudando a solucionar un problema que es la contaminación ambiental haciendo uso del reciclaje los niños van aprendiendo a amar a la naturaleza, a las plantas a los animales, este año he visto a los niños que tienen sus masetas, sus platos porque eso lo ven en el colegio y todo lo que es bueno lo van imitando, eso es muy bonito. Los niños aprenden a no malograr las plantas, no pisarlas, ellos las riegan, hacemos recolección de cascaras para luego alimentar a los animalitos que había en el colegio, ahí van aprendiendo a amar la naturaleza, también se les enseña a colocar la basura donde corresponde y eso lo practican y llevaban esa idea de reciclar a su casa.

**5. ¿Crees que el colegio realiza suficientes actividades para mejorar la capacidad de comunicación y desenvolvimiento de los alumnos?**

Me parece que falta un poco más de eventos entre ellos mismo donde interactúen, que hagan concursos, que dialoguen sobre derechos por ejemplo si se cumplen o no, ellos van conociendo y así los defienden. Este año no se realizan actividades, pero siempre se realizan campeonatos, los días del logro, exponían los niños, ahí desarrollaban sus capacidades comunicativas, sus conocimientos.

**6. Desde tu punto de vista, ¿qué crees que piensa la sociedad de los profesores de SB? ¿Nos conocen realmente? ¿Por qué?**

Si un profesor ha trabajado, aunque sea un año del colegio, ya se habla de ti, ya sabe cómo trabajas, el papá dice, el profesor el bueno, se preocupa por los alumnos, revisa los cuadernos, ya sabe que ha trabajado bien y se le devuelve la confianza, pero si ve que el profesor no ha trabajado bien ya reclaman y piden cambio de docente, los papás son parte importante para la elección de los maestros. El colegio tiene prestigio y el maestro también adquiere ese prestigio por eso hay que seguir trabajando en eso. Profesores actualizados, son capacitados.

**7. ¿Animarías a algún colega tuyo a trabajar en este colegio? ¿Por qué?**

Sí, que sería parte de la familia Bernardina. Antes tenían miedo venir al colegio porque es prestigioso, algunos me cuentan que al inicio no dormían preparando sus clases para quedar bien y ganar un nombre dentro del colegio, pero lo importante es tener pasión y la meta es la formación de los niños. Lo que se tiene que hacer en el colegio es planificar bien tu trabajo y no improvisar para no perder el tiempo, los padres tienen que respaldar tu trabajo. La animaría

por los niños, el sueldo sería con lo administrativo, le diría que aquí en el colegio todos nos apoyamos, cualquier orientación todos estamos prestos para ayudarla y que tiene la oportunidad de mostrarse como un buen maestro.

**8. Desde la mirada de los padres de familia, ¿cómo crees que ven la relación y convivencia entre profesores, administrativos y directivos del colegio? ¿A qué se debe?**

Siempre hay distanciamiento entre algunos profesores sobre todo nuevos con los directivos, no les dicen lo que piensan, solo se lo dicen a otros profesores. No podría decirte más porque no me han comentado, no puedo opinar.

**9. Si se fuera a trabajar a otro colegio, ¿qué es lo más extrañarían? ¿y qué lo que no extrañarían?**

No creo que me vaya la verdad (risas) extrañaría mi aula, mis medios de trabajo, mi equipo de trabajo, el colegio, sus jardines, su infraestructura porque los demás colegios no lo tienen, al director, a los profesores, a los directivos. Extrañaría todo.

**10. En la vida social, ¿qué conducta se espera de un egresado del colegio SB? ¿En qué se diferenciaría de un egresado de otro colegio?**

Se espera que sea respetuoso con los valores que se le han formado, ame a mamá nuestra madre y que sea una persona de bien para la sociedad que sea líder que se desenvuelva bien el trabajo donde esté, que este orgulloso de decir que estudio en el santa Bernardita, como buenos profesionales que ya existen que se nota que se les queda lo que les enseñamos. Enseñamos más la formación religiosa y los valores espirituales, esa es la diferencia de nuestra educación, le damos mucho valor a ellos.

**11. Cuando ingresa al aula el primer día de clase del año escolar, ¿suele dar recomendaciones al margen del contenido de su curso? ¿Cuáles son y por qué?**

Hago clases de socialización para conocerlos. Siempre les dejo las normas de convivencia, las palabras mágicas y el reglamento del colegio para tener una buena convivencia, es importante que sepan que tienen que cuidar el colegio y sus materiales. Es importante porque así les genero hábitos. Les enseño siempre a saludar que es fundamental.

**12. En el caso hipotético de que tuviera que dictar clases en otra institución, ¿en qué cambiaría su trabajo?**

No cambiaría nada, seguiría con lo mismo, claro que acataría las nuevas normas de la institución, pero siempre con el fin de formar a los niños.

**13. ¿En qué temas cree que el colegio debería hacer énfasis en la formación de los alumnos? ¿Por qué?**

En tutoría porque ahí se resuelven y se da alternativas de solución a los problemas de los alumnos, eso es muy importante, otro básico es matemática y comunicación, pero sobre todo ahora es más importante enseñarles a ser autónomos y con autoestima alta para que puedan resolver los problemas que tienen en la vida.

**14. ¿Cuál es el principal medio de comunicación que usted utiliza para comunicarse con los padres de familia? ¿Por qué lo utiliza?**

La agenda escolar mandaba todos los mensajes que tenía que comunicar, el teléfono por alguna cosa de emergencia.

**15. De los medios que utiliza para comunicarse con los padres de familia, ¿cuáles son los problemas recurrentes que ha encontrado?**

A veces los papas no firmaban la agenda, pero yo sabía cómo hacer para que lo hagan, otro más no. Actualmente uso WhatsApp y telegram o llamadas para problemas más urgentes. Al inicio tuve todos los problemas porque yo no usaba esa tecnología, pero poco a poco fui adaptándome y los papás están contentos.

**16. ¿Utiliza el Facebook como medio de comunicación? ¿En qué casos?**

No, tengo, pero de uso personal

**17. ¿Qué opina de la agenda del colegio como medio de comunicación entre profesores y padres de familia?**

Es muy buena, da más resultado que cualquier otro medio de comunicación

**18. ¿Ha visitado últimamente la página web del colegio?**

No

**19. ¿Qué opina de la página oficial de Facebook del colegio? ¿Considera que tiene la información necesaria para conocer a la institución?**

Muy bien porque ahí se está informando a la comunidad y los padres el trabajo de los maestros y el avance que tienen los niños, eso está muy bien. Solamente académico y en el desarrollo de actividades de los niños.

**20. ¿Le ha recomendado a alguna persona interesada en el colegio que lo busque por Internet? ¿Por qué?**

No, porque no lo utilizo mucho

**21. ¿Conoce alguna otra plataforma de comunicación mediante la cual el colegio se dé a conocer en el distrito?**

No, solo la página web y plataforma virtual.

**Entrevistado: Blanca Agurto Villar – Profesora de Inglés en S.B desde hace 26 años**

**1. ¿Por qué crees que los padres de familia eligen matricular a sus hijos en este colegio?**

Los padres siempre eligen al Bernardita, siempre me lo dijeron, por el nivel académico que ellos encuentran, la formación en valores y el ambiente, el ambiente en relación también a como es el clima entre alumnos y maestros, claro que ahora ya consideran también la infraestructura, porque el colegio empezó en una casita familiar, luego pasó a otra casa, pero eso a los papás no se les hacía problema, ellos miraban lo académico. El clima, el trato estudiante, maestro es básico, es importante, hay niños que se han querido ir del colegio, pero no han encontrado ese trato afectuoso del maestro.

**2. ¿Consideras que Santa Bernardita es un colegio diferente al resto del distrito? ¿Por qué?**

Por supuesto y uno de los mejores en el Perú, porque en primer lugar su perfil es dar formación en valores que eso siempre se ha creído conveniente, los maestros también que llegan al Bernardita siempre se les motiva a que se pongan la camiseta, a que las cosas se hagan bien, su labor es trabajar, es enseñar. La diferencia es la educación académica y formación en valores, lo moral, lo espiritual.

**3. ¿Consideras que el colegio promueve actividades para formar adolescentes líderes?**

Claro, esa es la base desde el nivel inicial, ahora ya lo dicen, ya 30 años cumplió el colegio y te das cuenta que la mayoría de egresados se desempeñan muy bien en los diferentes aspectos de su vida profesional, y lo reconocen ellos, deben saber que la formación en sí empieza en el nivel inicial. En primer lugar, lo promueven con la labor académica, también el colegio siempre ha promovido llevar el trabajo a la comunidad, las campañas que se hacen en navidad, la participación en los eventos culturales, en las ferias patronales, en cualquier evento sociocultural el colegio estaba ahí, en cualquier campaña de solidaridad, si te das cuenta otro colegio no promueve la cultura, y el colegio siempre lo hizo desde sus inicios. Recuerdo cuando tenía su banda de guerra, desde muy niños, eso es promocionarse a la comunidad.

**4. ¿Qué opinas de la importancia que le da el colegio al cuidado del medio ambiente? ¿En qué lo notas?**

Eso es fabuloso, es el único colegio, yo no conozco otro, no es que quiera tanto al Bernardita, pero yo te digo lo que escucho de mis colegas maestros o de las personas amigas que es el único colegio ecológica, hay colegios como el Colegio La Unión (colegio en el que ella también trabaja) que tiene para hacerlo, pero no tiene esa motivación, hay bastante naturaleza, hay muchas criaturas de la creación y eso es bueno, el promover el amor a la

naturaleza debe ser lo básico para el niño, para la persona. Eso lo promueve en actividades como el cuidado que le da a las áreas verdes, la variedad de plantas que tiene, tiene plantas ornamentales, plantas medicinales, los huertos escolares que cultivaban por secciones pimientos, escabeches, etc., promocionaban los huertos escolares.

**5. ¿Crees que el colegio realiza suficientes actividades para mejorar la capacidad de comunicación y desenvolvimiento de los alumnos?**

Un poco en los últimos tiempos ha disminuido porque tal vez nos pegamos mucho a lo que dice el ministerio pero el realizar eventos culturales como los concursos de canto de marinera, de poesía, de esa índole, eso le va a favorecer a que el estudiante desarrolle esas capacidades, por ejemplo, el arte, esos concursos como de coreografía, los campeonatos deportivos, esas actividades de los sábados con los padres, alumnos y maestros, esas actividades son importantes para que los alumnos desarrollen esas capacidades, sobre todo habilidades sociales, es en la interacción donde más aprendemos.

**6. Desde tu punto de vista, ¿qué crees que piensa la sociedad de los profesores de SB? ¿Nos conocen realmente? ¿Por qué?**

Los padres en el diagnóstico, desde hace 10 años atrás, creían que era un gran número de profesionales, ellos se sentían con la seguridad de que el maestro que tenían en el aula era el ideal, el que tenía el perfil y que su hijo iba a recibir la educación que ellos querían, el padre de familia es muy evaluador y te lo dicen, al menos yo siempre fui una de las personas que si tenía que decirle algo a mi colega se lo decía, si tenía que decirle algo a Carito (la promotora) igualmente, porque los padres te evalúan y una manera es los cuadernos porque ellos en las herramientas que utilices en las actividades, a veces con los profesores del estado pensaban que ya estaba cansado y que no estaba cumpliendo.

**7. ¿Animarías a algún colega tuyo a trabajar en este colegio? ¿Por qué?**

Ellos siempre, la mayoría de maestros, piensan que van a ir al Bernardita se van a encontrar con un sueldo igual que el estado, ellos siempre preguntan cuánto pagan y yo les digo que ellos tendrían que ir porque lo que yo gano en el Bernardita es el cielo, siempre lo he dicho porque el que tiene que ir al Bernardita, como profesional, tiene que ser un maestro que ame enseñar porque cuando tú amas enseñar haces las cosas con pasión las vas a hacer bien y no te va a importar lo económico, es hablarles claro, muchas veces lo hacen por lo económico pero yo le animaría si es verdadero maestro que vaya al Bernardita porque mira cuantos profesionales han salido del Bernardita y ellos lo reconoce, cuando que trabajaron ahí ahora son directores de colegio y dónde empezaron, quién les dio la oportunidad fue la promotora, eso es

bueno, que ellos dicen en el colegio gané experiencia, aprendí a trabajar, ahí aprendes desde la cabeza, aunque el director ahora está agotado pero el Bernardita da experiencia, gracias a directores y maestros en el Bernardita siempre se ganó experiencia y el que no reconoce que se llenó de experiencia es un ingrato.

**8. Desde la mirada de los padres de familia, ¿cómo crees que ven la relación y convivencia entre profesores, administrativos y directivos del colegio? ¿A qué se debe?**

A las personas muchas veces les cuesta decir la verdad y sin pelos en la lengua, lo que llamamos la hipocresía, si hay que decir las cosas hay que decirlas siempre a la cara. La relación es buena, pero hay que ver la relación de quien te da la crítica, la crítica es buena cuando te hace ver tus errores, para mejorar como persona. Yo soy crítica, pero para lo mejor, hay que decir las cosas en el momento, así lo dice la palabra del señor, hay que hacer ver nuestros errores, es una obra de misericordia, hacer ver al que se equivoca, entonces la relación de todo hay en el colegio, pero yo siempre he sido muy clara y directa. La relación entre profesores y directivos es buena si no hubiera esa comunicación, esas reuniones que siempre se convocan para compartir las experiencias, si no hay ese trabajo no va a parecer un colegio ni una familia educativa, es muy importante el trabajo de toda la comunidad desde el personal de servicio, todos están en intercomunicación.

**9. Si se fuera a trabajar a otro colegio, ¿qué es lo más extrañarían? ¿y qué lo que no extrañarían?**

Llevo bastantes años en el Bernardita y siempre me propusieron otro colegio pero hay cariño, hay gratitud en primer lugar porque me dio la oportunidad de ganar experiencia ahí, en segundo lugar llevé a mis hijos a estudiar ahí y en el tercer lugar, Carolina siempre puso el lado humano de la solidaridad con chicos, con familias que necesitaban en el momento, sé que eso en otro colegio no lo voy a encontrar, he trabajado en otros colegios y tengo muy buenos recuerdos, pero yo extrañaría la ternura y el buen trato especialmente de la gestora de lo que es el Bernardita si no hay una cabeza adelante que sea empática, asertiva, que hay que decirnos las cosas como son, saber escuchar, entonces no hay nada. Extrañaría todo. A mis niños, ir al colegio es mi relax, los paseos, los cumpleaños, los abrazos de los niños, la loncherita de Andrea, todo.

**10. En la vida social, ¿qué conducta se espera de un egresado del colegio SB? ¿En qué se diferenciaría de un egresado de otro colegio?**

Los chicos que egresan del Bernardita y que diste lo mejor de ellos, y luego encuentras en las calles, es la gratitud, pero eso también depende del hogar por eso la escuela de padres es

muy importante y el colegio siempre pone las mejores escuelas de padres porque llama a profesionales basados en el campo de la psicopedagogía, la pedagogía, la formación de sacerdotes, médicos; ese triángulo: padres, colegio y estudiantes es importante. La diferencia es los valores, yo lo veo en los profesionales que ya se están desempeñando, el no copiar en un examen, que te defiendas con lo que eres, que no copies porque copiar es robar, eso se lo llevan de por vida, decir siempre la verdad, a que el espacio de trabajo esté limpio y eso se trabaja con el plan de formación que tiene muchos años, ese plan de formación de hábitos dio muchos resultados, porque el niño va a la casa y lo cumple y eso se adquiere desde los primeros años.

**11. Cuando ingresa al aula el primer día de clase del año escolar, ¿suele dar recomendaciones al margen del contenido de su curso? ¿Cuáles son y por qué?**

Claro, primero las palabras mágicas, decir siempre la verdad, el niño tiene que demostrar que está ahí aprendiendo, que todos vamos al colegio con las mismas capacidades, que todos somos iguales, que somos hijos de Dios.

**12. En el caso hipotético de que tuviera que dictar clases en otra institución, ¿en qué cambiaría su trabajo?**

Mi trabajo cambia en el nivel académico, porque si lo llevo en inglés el niño con 7 años ya sabe el alfabeto y en otros colegios a niños de segundo de secundaria les cuesta, porque el estado se ajusta a solo lo que usa el Estado, en cambio el Bernardita no, te estoy hablando del material educativo, los libros son de mayor nivel académico, en el público es deferente.

**13. ¿En qué temas cree que el colegio debería hacer énfasis en la formación de los alumnos? ¿Por qué?**

En tener una comunicación asertiva y ser empáticos, es lo más valioso que tiene el ser humano, que nos podamos comunicar. Ahora sí lo están haciendo, más uso de la interacción, da gusto los pequeños ya se expresan, han desarrollado mucho su capacidad oral, hacen sus videos, los envían, han aprendido la autonomía.

**14. ¿Cuál es el principal medio de comunicación que usted utiliza para comunicarse con los padres de familia? ¿Por qué lo utiliza?**

La agenda escolar y si no es el WhatsApp o llamada. Lo principal es la agenda, ya cuando el papá no leía, ya podía llamar o enviar un mensaje el papá sabía que para eso estaba la agenda, si no ponían comunicados, el papá se quejaba.

**15. De los medios que utiliza para comunicarse con los padres de familia, ¿cuáles son los problemas recurrentes que ha encontrado?**

El problema es que el papá a veces no leía la agenda, pero es muy poco, eran algunos que no se daban el trabajo de hacerlo, pero era mínimo, no era considerable. Ahora los papás están muy contentos, colaboradores, brindan un apoyo incondicional. Este año a mis 55 años me ha ayudado a mejorar mi uso de la tecnología de primer grado a un segundo grado.

**16. ¿Utiliza el Facebook como medio de comunicación? ¿En qué casos?**

No tengo Facebook, solo WhatsApp, telegram y correo.

**17. ¿Qué opina de la agenda del colegio como medio de comunicación entre profesores y padres de familia?**

Es un recurso muy importante dentro del colegio, es algo muy valioso porque hay una interacción entre el padre, el niño y el maestro, considero que sí funciona en el colegio, eso es básico porque son niños que aún están en formación.

**18. ¿Ha visitado últimamente la página web del colegio?**

No

**19. ¿Qué opina de la página oficial de Facebook del colegio? ¿Considera que tiene la información necesaria para conocer a la institución?**

No revisé Facebook

**20. ¿Le ha recomendado a alguna persona interesada en el colegio que lo busque por Internet? ¿Por qué?**

Sí, claro es lo primero, no sabría responder sobre la información porque no he ingresado pero lo haré

**21. ¿Conoce alguna otra plataforma de comunicación mediante la cual el colegio se dé a conocer en el distrito?**

No, Facebook, la plataforma virtual donde los alumnos tienen acceso a recibir sus clases y mayor ayuda y la página web.

**Entrevistado: Silvana Palacios Otero - Profesora hace 10 años en S.B**

**1. ¿Por qué crees que los padres de familia eligen matricular a sus hijos en este colegio?**

El colegio SB siempre se ha caracterizado por ser católico por excelencia, otra es porque se imparte buena metodología, buenos valores, ya que el lema del colegio es educar para conservar la paz y los valores son el respeto, la honestidad, la responsabilidad, la solidaridad,

la perseverancia, puntualidad y eso los padres de familia del Bajo Piura se motivan a matricular a los niños en SB.

**2. ¿Consideras que Santa Bernardita es un colegio diferente al resto del distrito? ¿Por qué?**

Sí, SB yo creo que, durante el tiempo que trabajo, siempre se ha inculcado la responsabilidad, a cumplir con las metas que nos proponemos a principio de año y eso se cumple en su totalidad y eso nos ayuda a ser diferentes de otros colegios, tengo colegas en otros colegios y no emplean la misma metodología que nosotros y creo que por eso marcamos la diferencia. También el ambiente es un factor muy importante para acoger a los niños, un ambiente donde ellos se sientan libres, donde ellos puedan expresar sus alegrías, jugar, salir a correr, a relacionarse con niños de otras aulas, que sean felices, y eso en otros colegios no hay, es el mejor colegio en infraestructura y también en las metas, siempre somos los primeros en presentar los documentos a la UGEL.

**3. ¿Consideras que el colegio promueve actividades para formar adolescentes líderes?**

Una de las actividades que siempre realizamos y que más me ha llamado la atención siempre es el cuidado del medio ambiente, las campañas de limpieza en las playas, eso es bonito, ellos pueden ser líderes promoviendo el cuidado del medio ambiente, o dirigiendo a chicos de su barrio, das el ejemplo y ellos pueden salir adelante.

**4. ¿Qué opinas de la importancia que le da el colegio al cuidado del medio ambiente? ¿En qué lo notas?**

Ese es uno de los enfoques que tenemos en la educación, es muy importante que sea el único colegio particular que tiene áreas verdes, se le inculca todos los días a los niños el cuidado del medio ambiente, y los niños llegan a tomar conciencia en no pisar plantas, en darle la importancia, que ellos sepan que el medio ambiente se cuida, a ellos, a los seres vivos, al aire puro, es bonito eso porque los niños llegan a tener una conciencia ambiental y no solamente dentro del colegio, los padres me comentan que los niños expresan lo que aprende, dicen no rompamos, no pises, cuida y eso es muy bonito. También en el colegio se usa mucho los tachos recicladores, recolectar basura según los colores, los residuos orgánicos con el señor jardinero para el abono de plantas, reciclar el algo que se inculca mucho en el colegio.

**5. ¿Crees que el colegio realiza suficientes actividades para mejorar la capacidad de comunicación y desenvolvimiento de los alumnos?**

En inicial tenemos teatrín para que los niños reciten, expresen sentimientos y emociones, todos hacemos el izamiento, en primaria hacen concurso de aula, oratoria, inculcamos bastante lo que es para que los niños se expresen y se comuniquen.

**6. Desde tu punto de vista, ¿qué crees que piensa la sociedad de los profesores de SB? ¿Nos conocen realmente? ¿Por qué?**

Cada profesor se pone su chip, se encarga de ser reconocido por su trabajo, por su responsabilidad. Los padres ya conocen sobre todo a los profesores alumnos, cómo trabajan, en la mayoría de ellos, los padres apuestan por los profesores porque nos ponemos las pilas, nos ponemos la camiseta para lograr lo que nos proponemos a inicio de año, ser responsables con nuestro trabajo. Buscamos estrategias para que lleguemos a los padres de familia y yo creo que sí están contentos los padres con los profesores y ahora que estamos virtual también están contentos con el trabajo que se hace.

**7. ¿Animarías a algún colega tuyo a trabajar en este colegio? ¿Por qué?**

Yo siempre digo que se tiene que ser muy responsable para que puedas trabajar en el colegio SB, para que te pueda contratar, si no te pones la camiseta no se puede. En el colegio la metodología es muy fuerte, pero con el tiempo te adaptas y es para el bien tuyo y de los alumnos. Me agrada mucho porque es una familia, si estas triste ahí están los profesores, el director, la promotora, todo es una familia, todos tenemos problemas, pero siempre están para apoyar no solo a mi sino a todos, están siempre de forma solidaria para apoyar, es una familia.

**8. Desde la mirada de los padres de familia, ¿cómo crees que ven la relación y convivencia entre profesores, administrativos y directivos del colegio? ¿A qué se debe?**

Los padres siempre están pendientes de lo que haces, yo creo que piensan que tenemos buenas relaciones siempre con directivos y administrativos, sobre todo por el respeto, siempre se lleva una buena relación.

**9. Si se fuera a trabajar a otro colegio, ¿qué es lo más extrañarían? ¿y qué lo que no extrañarían?**

No creo que me sentiría igual en otro colegio, voy a extrañar el ambiente, a lo que estamos acostumbradas, al trato de los administrativos del colegio, se comenta de otro colegio y no es lo mismo, extrañaría el ambiente, el ambiente de los niños, se me haría muy difícil trabajar en otro colegio. Hay personas que trabajan en el colegio y ganan prestigio porque los demás saben la calidad de lo que se aprende trabajando en el colegio, muchos lo reconocen. Extrañaría todo.

**10. En la vida social, ¿qué conducta se espera de un egresado del colegio SB? ¿En qué se diferenciaría de un egresado de otro colegio?**

Algo importante es el saludo, el respeto, saludar al entrar y salir de un lugar, se les inculca siempre eso a los niños y a los papás y yo encuentro a los chicos en las calles y sí lo hacen, he escuchado de egresado que ahora son profesionales que reconocen los valores que se les inculcan, sobre todo el respeto. Ahora con secundaria los papás están muy contentos y conformes.

**11. Cuando ingresa al aula el primer día de clase del año escolar, ¿suele dar recomendaciones al margen del contenido de su curso? ¿Cuáles son y por qué?**

Sí, las normas de convivencia, la metodología de trabajo a los padres de familia, la manera de trabajar, lo que nos gusta y disgusta. También como que todos los valores se refuerzan en casa, lo más importante son las consignas, cada semana se trabajaba con un valor, se explican y no solo se aplican en el colegio sino en todos los lugares. Eso es muy bonito que hace el colegio desde siempre en su plan de formación.

**12. En el caso hipotético de que tuviera que dictar clases en otra institución, ¿en qué cambiaría su trabajo?**

No cambiaría nada, confío en que estoy haciendo bien mi trabajo.

**13. ¿En qué temas cree que el colegio debería hacer énfasis en la formación de los alumnos? ¿Por qué?**

En reforzar el que los niños y profesores usen correctamente su uniforme siempre, de acuerdo al horario de clases, para que se vea la uniformidad.

**14. ¿Cuál es el principal medio de comunicación que usted utiliza para comunicarse con los padres de familia? ¿Por qué lo utiliza?**

La agenda y el grupo de WhatsApp. Se les pide desde el inicio la agenda y en ella que anoten su celular.

**15. De los medios que utiliza para comunicarse con los padres de familia, ¿cuáles son los problemas recurrentes que ha encontrado?**

En la agenda es que algunos a veces no la revisan por temas de trabajo, no la firmaban 3 o 4 papás en un aula, no leían comunicados y no cumplían con lo que se les pedía, pero como ya se llega a conocer al padre de familia, a ellos hay que llamarlos para recordarles que revisen la agenda o comunicarles directamente lo que se está informando.

**16. ¿Utiliza el Facebook como medio de comunicación? ¿En qué casos?**

Solo cuando quiero motivarlos, subo algunos trabajos de ellos como forma de apreciar su trabajo.

**17. ¿Qué opina de la agenda del colegio como medio de comunicación entre profesores y padres de familia?**

La agenda es un buen medio de comunicación, pero algunos padres, aunque pocos, no están pendientes de firmarlas y a veces eso es punto de reclamo de mi director al momento de supervisar mi trabajo. Uno tiene que estar más pendiente de eso. Pero funciona muy bien y además la agenda Bernardina tiene el plan de formación que en otros colegios no he visto, es buena agenda, lleva la historia de Santa Bernardita, los valores, y eso lo valoran los padres de familia.

**18. ¿Ha visitado últimamente la página web del colegio?**

Sí, pero a la plataforma virtual entré para revisar el nivel inicial mis clases, me dio gusto ver a mis colegas trabajando.

**19. ¿Qué opina de la página oficial de Facebook del colegio? ¿Considera que tiene la información necesaria para conocer a la institución?**

Es otro medio muy importante para que los padres se enteren de los acontecimientos, es bonito porque no dejan pasar las fechas cívicas a pesar de no estar en clases presenciales se siente como se estuviera en el colegio porque no dejan de poner esos acontecimientos cívicos y religiosa, está bien lo que se publica.

No, me parece que le falta un poco más de información, tal vez se puede poner alguna clase de las que se ponen en las plataformas virtuales porque Facebook es lo que más manejan los padres de familia, hay personas que no saben aún entrar a la página web o a la plataforma.

**20. ¿Le ha recomendado a alguna persona interesada en el colegio que lo busque por Internet? ¿Por qué?**

Sí, les digo que busquen la página de Facebook del colegio porque ahí pueden conocer un poco más de lo que hace el colegio. Se puede ver también la infraestructura y lo bonito que es.

**21. ¿Conoce alguna otra plataforma de comunicación mediante la cual el colegio se dé a conocer en el distrito?**

No, creo que debería haber alguna más para que la comunidad sepa cómo trabaja siempre el colegio.

Fuente: Elaboración propia.