

**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS**  
**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**  
**CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**PLAN EXCEPCIONAL DE TITULACIÓN DE ANTIGUOS ESTUDIANTES NO**  
**GRADUADOS – PETAENG**



**TRABAJO DIRIGIDO**

**TITULO: PLAN DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA PARA EL INSTITUTO BRITISH  
ENGLISH CENTRE SRL**

**Postulante: JACKELINE MOLINA VARGAS**

**Tutora: LIC. DEICY CLAVIJO SANTANDER**

La Paz – Bolivia

2022

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo está dedicado a mi familia y en especial a la persona más importante en mi vida, mi Mamita Adorada : Mari Rosario Vargas Rodríguez , gracias por todo el apoyo incondicional , comprensión , paciencia y amor brindado por todos estos años, estaré eternamente agradecida, Te Amo.

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco de la manera más cordial a mi Tutor Lic. Daysi Clavijo Santander por todo el apoyo brindado en la realización de este Trabajo dirigido.

A los Docentes que brindaron el conocimiento en los años de estudio.

## **ÍNDICE GENERAL**

### **ÍNDICE DE CONTENIDOS**

RESUMEN EJECUTIVO.....	1
INTRODUCCIÓN.....	1
1. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA.....	2
1.1.- .FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	2
1. 2.- ARBOL DE PROBLEMAS.....	2-3
2. ANTECEDENTES.....	3
3 .PLANTEAMIENTO DE LA INTERVENCIÓN.....	3
4. JUSTIFICACIÓN.....	3-4-5
 <b>CAPÍTULO I</b>	
1.1 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA.....	5
1.2 DELIMITACIÓN ESPACIAL.....	5

1.3 DELIMITACIÓN TEMPORAL.....	6
1.3.1. CRONOGRAMA .....	6
1.3.1.1.- CRONOGRAMA NUEVO.....	6
1.4 OBJETO DE ESTUDIO .....	7
1.5 OBJETO CONCEPTUAL.....	7
1.6 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA.....	8
1.7 METODO CUANTITATIVO.....	8-9
1.8 METODO CUALITATIVO.....	9.
1.9 .- OBJETIVOS.....	9
1.9.1.- OBJETIVOS PRINCIPAL.....	9
1.9.2.- OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	10
1.9.3.- MISIÓN Y VISIÓN.....	10
1.9.4 .- OBJETIVOS ESTRATÉGICOS .....	11

## **CAPITULO 2**

MARCO TEORICO - CONCEPTUAL.....	11
2.1 COMUNICACIÓN.....	11
2.2 COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL.....	11
2.3 COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL.....	12

2.4 COMUNICACIÓN INTERNA.....	12
2.4.1.- TIPOS DE COMUNICACIÓN INTERNA .....	13
2.4.2.- FUNCIONES DE COMUNICACIÓN INTERNA.....	14
2.5.- COMUNICACIÓN EXTERNA.....	14
2.6.- COMUNICACIÓN ENTORNO 2.0 Y 3.0.....	14
2.7.- TICS.....	15
2.8.- TACS.....	15
2.9 NIVELES DE LA PLANIFICACION .....	15

### **CAPITULO 3**

3.1 MARCO METODOLÓGICO.....	15-16-17
3.2.- TIPO DE INVESTIGACION: DESCRIPTIVA.....	16
3.2.1.- UNIDAD INVESTIGATIVA 1.....	17
3.2.2.- PERSONAL PUBLICO INTERNO (MAESTROS, PLANTA EJECUTIVA Y ADMINISTRACION).....	18
3.2.1.- TÉCNICA: .....	19
<b>ENTREVISTA DIRIGIDA A INFORMANTES CLAVES</b>	
3.2.2.2.- UNIDAD INVESTIGATIVA 2.....	20
<b>ESTUDIANTES (PUBLICO INTERNO)</b>	
3.2.3.1.-TÉCNICA: ENCUESTAS .....	20

3.1.3.2.- UNIDAD INVESTIGATIVA 3.....	20
3.2.2.4.- CLIENTES POTENCIALES (PUBLICO EXTERNO).....	20
3.2.2.5 .- SONDEO DE OPINIÓN .....	20
3.3.- PUBLICO OBJETIVO.....	21
3.3.1.- PUBLICOS RELACIONADOS.....	21
3.3.2.-TÉCNICA: SONDEO DE PERCEPCIÓN.....	21
3.3.3 ANALISIS DOCUMENTAL.....	21
3.4.- UNIDAD DE ANALISIS 1.....	21-22
DATOS Y REFERENCIAS DE LA EDUCACIÓN A DISTANCIA ON LINE EN BOLIVIA, EN LA PAZ	
3.4.1.- UNIDAD DE ANALISIS 2. -.....	22
3.4.1.1 .- DATOS Y REFERENCIAS DE LOS COMPETIDORES .....	22-23
3.4.2.- UNIDAD DE ANALISIS 3.....	24-25
DESAFIOS ADMINSTRATIVOS PARA LAS INSTITUCIONES DE CAPACITACIÓN TÉCNICA, EN OTROS PAÍSES FRENTE A LA PANDEMIA.	
3.5.- FODA .....	25-26
<b>CAPITULO 4</b>	
MARCO INSTITUCIONAL.....	27
4.1.- HISTORIA DEL BEC.....	27
4.2.- CARACTERÍSTICAS Y FUNCIONES DEL INSTITUTO BRITISH ENGLISH CENTRE SRL .....	27-28-29

4.3.- ORGANIGRAMA.....	29-30
4.3.1.- NUEVO ORGANIGRAMA.....	31
4.4.VISIÓN .....	32
4.4.1- MISIÓN .....	32
4.4.2- OBJETIVOS DEL BEC.....	32
4.4.3.- TÁCTICAS .....	32
<b>CAPITULO 5</b>	
5.1 .- PROPUESTA DEL PLAN DE COMUNICACIÓN.....	33
5.2 .- DIAGNOSTICO DE PARTIDA.....	33
5.3.- RESULTADOS DEL DIAGNOSTICO DE PARTIDA.....	33-34-35
5.4.- DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....	35
5.5 CARACTERÍSTICAS DE LA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL.....	35
5.5.1 NIVELES DE PLANIFICACION .....	35
5.6 PROPUESTA DE LA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL.....	36
5.7 .- EL PROYECTO DE INTERVENCIÓN.....	36
5.7.1 PRIMERA FASE DEL DIAGNÓSTICO DE PARTIDA.....	37-38
5.7.2 2.- NIVEL DE ACCESO A LA TECNOLOGÍA.....	38
5.7.2.3.- NIVEL DE ADOPCIÓN DE LA TECNOLOGÍA.....	39
5.7.2.4.- NIVEL DE APROPIACIÓN DE LA TECNOLOGÍA.....	39
5.6.- ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA.....	39

5.7.- CONSTRUCCIÓN DEL APRENDIZAJE POR ASIGNATURAS.....	39-40
5.7.1.- IMPLEMENTACIÓN.....	40
5.7.2.- PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN.....	40-41-42-43
5.7.3.- SEGUNDA FASE DE MEDICIÓN E INTERVENCIÓN.....	44
5.8.- PLANIFICACIÓN.....	44
5.8.1.- ELABORACIÓN Y PRODUCCIÓN.....	44
5.9.- PROGRAMA DE PLANES DE COMUNICACIÓN PARA PÚBLICOS INTERNOS (CAPACITACIONES, REUNIONES).- .....	45
5.9.1.- ELABORACIÓN DE MANUALES.-.....	46-47-48
5.9.1.1.- OBJETIVO GENERAL.....	49
5.9.1.2.- OBJETIVO ESPECÍFICO.....	49
5.9.3.- PROGRAMA DE COMUNICACIÓN CON LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS TIC´S PARA EL PÚBLICO EXTERNO .....	49
5.9.4.- BOLETINES INFORMATIVOS BIMENSUALES.....	49-50-51-52
5.9.5.- ESTRATEGIA DE LAS REDES SOCIALES: .....	53
5.9.6 .- PAGINA WEB .....	53
5.9.7.- FACEBOOCK.....	53
5.9.7 1.- RECOMENDACIONES: .....	54
5.9.8 .- WATTSAPP .....	55
5.9.9.- RECURSO AUDIOVISUAL.....	55-56



5.10.- TERCERA FASE EVALUACIÓN FINAL.....	56
5.10.1.- LOS OBJETIVOS DE LA INTERVENCIÓN.....	57
6.CONCLUSIONES Y / O RECOMENDACIONES.....	58

## ***RESUMEN EJECUTIVO***

Ante la pandemia y existencia de demanda en cuanto a la educación en la Institución BEC por parte de los estudiantes, el Instituto siguió de manera continua las clases tomando en cuenta otros medios para llegar a sus alumnos de manera virtual, puesto que la institución no cuenta con la información y asesoramiento de un Área de Comunicación, se vio conveniente proponer la Creación de un programa institucional orientado al desarrollo de Planes Estratégicos de Comunicación para el Instituto British English Centre SRL. La creación de Programas coadyuvarán en el fortalecimiento tanto de la educación en lengua extranjera, objetivo empresarial, como en la Comunicación con sus públicos internos y externos.

El programa para el público interno se centra en reuniones , conferencias , focus group, capacitaciones, la creación de un manual Institucional y un sistema de Intranet ; para el público externo explícitamente de los estudiantes del Instituto, se realizaran plataformas de educación, una estrategia comunicacional con la aplicación de las Tics, como medios técnicos que coadyuven a la difusión de la información para el aporte educativo ; para el público externo ( clientes potenciales ) se creara la página Web del Instituto, creación de plataformas en Facebook , WhatsApp , todos estos programas están dentro del Plan Comunicacional estratégico, cuyo eje central es generar una nueva visión de la Institución.

## ***INTRODUCCIÓN***

El Presente Trabajo Dirigido tiene la intención fundamental de fortalecer el ámbito comunicacional interno y externo a través de la creación de un programa institucional orientado al desarrollo de Planes Estratégicos de Comunicación para el Instituto British English Centre S.R.L. a través de una propuesta estratégica comunicacional que pueda ser un aporte para dicha institución.

En el transcurso del desarrollo del trabajo se mostrarán acercamientos teóricos que sirvan de base para fundamentar la investigación. De esta manera será evidente la intención de generar un aporte a una problemática, que tiene el Instituto British English Centre S.R.L. encargada de la Educación del Idioma Ingles Británico en la Ciudad de La Paz y la relación con su Público Interno y Externo, justificando la necesidad que tiene el Instituto de recurrir a la Comunicación Social Institucional como alternativa que solucione los aspectos relacionados a su campo de acción.

## **1.- IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA**

En el Instituto British English Centre S.R.L. existen diferentes servicios los cuales están vinculados estrechamente con el público externo e interno de la institución, por lo tanto se ve conveniente crear el diseño de un Programa de comunicación para que ayude de esta manera a la implementación de estrategias comunicacionales en base a TICS como medios técnicos que coadyuvan a la difusión de mensajes de los servicios al público externo y mejorar en cuanto a la comunicación interna de la institución.

Dentro del diagnóstico preliminar efectuado, se consultó a las y los clientes potenciales si tenían alguna información acerca de los servicios que brinda la Institución. De esta primera consulta un 70 % señaló “no están al tanto”; por otra parte se consultó al plantel docente administrativo si tenían conocimiento acerca de las TICS, resultando que “ninguno está informado”; estas dos conclusiones dan paso a la propuesta de la implementación de un Programa con Planes estratégicos comunicacionales para el British English Centre SRL.

### ***1.1.- FORMULACIÓN DEL PROBLEMA***

Según las indagaciones previas realizadas, nos condujeron a preguntarnos ¿Diseñar Planes Estratégicos de Comunicación, ayudará a visibilizar los servicios que brinda el Instituto British English Centre SRL, entre sus públicos internos y externos?

Razón por la cual la creación de Planes Estratégicos Comunicacionales, ayudará a visibilizar los servicios que brinda el Instituto BEC en beneficio a los públicos externos e internos de una manera clara, positiva y sencilla.

Por otro lado, la creación del diseño de este Programa deberá responder a las necesidades comunicacionales que el Instituto BEC necesita para una mejor interrelación con sus públicos-objetivo .Y así lograr una verdadera interrelación favorable a los intereses tanto de sus públicos como al desarrollo institucional del BEC.

## 2.- ARBOL DEL PROBLEMA



Grafico N° 1

## ***2.- ANTECEDENTES***

El instituto BEC, establecido en nuestro País hace más de 8 años , cuenta con un plantel docente administrativo estructurado de acuerdo a las necesidades de los estudiantes, pero se pudo verificar que no cuenta con un plan estratégico de comunicación, por lo que se pudo observar la falta de organización en cuanto a la comunicación Interna ,tomando en cuenta que no existe el manejo de las TICS, tanto para la información como para la educación, ya que cuenta con una débil e improvisada comunicación interna y externa de la Institución, por ello se elaboró el plan estratégico para mejorar la gestión de la Comunicación al interior como al exterior del BEC .Entre otros objetivos fundamentales para la misma es , promocionar los servicios de la institución , coadyuvar en la mejora de la educación en línea, del mismo modo, la implementación correcta de las TICS ayuda a facilitar la toma de decisiones, mejorar la comunicación tanto interna como externa de la institución , favorecer a la satisfacción de sus clientes, mejorar la imagen y contribuir a la expansión de la institución.

## ***3.- PLANTEAMIENTO DE LA INTERVENCIÓN***

Observando estas falencias en la institución, se plantea generar un plan estratégico comunicacional para el fortalecimiento en cuanto a la comunicación de sus públicos internos y externos del Instituto BEC, con la Creación de programas operativos que se inscriben en el plan estratégico comunicacional que ayuden de gran manera en el uso de las TICS, como medios técnicos que coadyuven a la difusión de información , posicionamiento de la empresa y otorgar una información veraz , sencilla y clara de los beneficios y servicios que tiene el Instituto.

## ***4.- JUSTIFICACIÓN***

En una institución educativa como es el Instituto BEC, es indispensable trabajar por el mejoramiento de los aspectos comunicativos de la institución, pues la comunicación es uno de los pilares de mayor importancia e impacto para el Instituto ya comunicación es un elemento esencial en la sociedad, que aumenta cada día más en cualquier tipo de relación y actividad, que también se percibe en la parte institucional, empresarial, entre otros aspectos. El proceso comunicativo logrará que se tenga un mejor manejo de la comunicación tanto dentro como fuera del instituto, sin dejar de lado a las clases en línea y la implementación de las TICS en el marco de la educación.

Así también, la comunicación es uno de los elementos y ámbitos más importantes para la organización, porque ayuda a mantenerla unida, pues proporciona medios para transmitir información necesaria, para la realización de las actividades y la obtención de las metas y objetivos organizacionales.

Si los modos de educar están cambiando, de la misma manera deben hacer las metodologías de los profesores y para ello la capacitación es clave no solo en la adquisición de competencias digitales enfocadas a aprender a usar las herramientas TICS, sino en transformarlas en Tecnologías para el Aprendizaje y el Conocimiento (TAC) para potencializar los procesos y desarrollar competencias sociales en los estudiantes, lo que implica que las instituciones y sus profesores sepan educar al individuo para un bienestar social.

Es importante hacer el trabajo de investigación para la institución, ya que con la creación del diseño del programa de comunicación, habrá buenos resultados en cuanto a la comunicación interna y externa. Debido a una primera observación se pudo percibir, un sistema de comunicación externa, interna con carencias que provocan confusiones y escasa información de los servicios que brinda el Instituto a las y los estudiantes de esta casa de estudios, a nivel general de un sistema interno de comunicación debilitado, tanto la comunicación interna como la externa por una falla en el flujo de la comunicación, las Nuevas Tecnologías de información y Comunicación TIC'S, no fueron utilizadas ya que la institución no cuenta con el área de Comunicación, por lo tanto no había el manejo adecuado, dando lugar a la falta de información o manejo de mensajes erróneos, la utilización de medios incorrectos y la falta de control.

Se menciona que: “un tipo especial de plan, que tiene en sí mismo grupo de metas, objetivos y políticas, estrategias y tácticas que obedecen a situaciones coyunturales a las que se enfrenta el sistema; es decir a la resolución concreta y temporal de programas” (Muriel (1980) Pg.72) el cual podría de gran manera brindar un aporte fundamental al Instituto BEC.

Asimismo, la comunicación organizacional es: “La forma de comunicación específica que engloba la relación comunicativa entre una organización y su público” (Capriotti (1992) Pg.12).

Por esta razón, se realiza el presente trabajo dirigido con la intención de apoyar desde el ámbito de Comunicación Social, en la creación del diseño de planes comunicacionales, que

apoye la interrelación del Instituto BEC con sus públicos externo e interno, propiciando una información adecuada con el uso de las TIC'S, como medios técnicos, así mismo ayudar a la educación en tiempos de Pandemia con la implementación del uso de las Nuevas tecnologías de Información y Comunicación para el mejoramiento educativo.

En el lapso de la Intervención , gracias al uso de las herramientas que se utilizó en la Investigación como entrevistas y encuestas, se pudo verificar que en cuanto a la Organización es decir el público Interno , no tenía la capacitación necesaria acerca del uso correcto de las TICS, con la llegada de la Pandemia , el uso de las Nuevas tecnologías , es completamente escaso y es necesario hacer que se pueda utilizar de manera correcta para el beneficio de los estudiantes del Idioma Inglés Británico y para afianzar la comunicación entre los componentes de la Organización .

Por otro lado, se pudo verificar también que la retroalimentación y la información recibida acerca de la Institución al Publico externo, es básica, por lo tanto, se ve conveniente la Creación del Plan de Comunicación para la Institución porque de esta manera, podrá tener más alcance de información, fidedigna, clara y objetiva en cuanto a publico externo se refiera.

## ***CAPITULO 1***

### ***1.1.- DEFINICIÓN DEL PROBLEMA***

El problema identificado en el instituto British English Centre SRL, es el incipiente manejo de tácticas ,recursos y medios de comunicación institucional que faciliten los flujos internos y externos de información del BEC que afecta a la mejora continua (actualización y capacitación en el uso de TICS) y el posicionamiento de su imagen en sus públicos-objetivo, por lo tanto se vio conveniente implementar un plan estratégico de comunicación para el Instituto, el cual ayude con planes estratégicos que estarán a cargo del departamento de comunicación y de esta manera ayude a la comunicación de sus públicos, tanto interno como externo, coadyuvar en las necesidades que tienen ambos y lograr la conjunción y veracidad de información , implementado de esta manera el uso correctos de las TICS para poder llegar a las TACS en cuanto a la educación.

## ***1.2.- DELIMITACION ESPACIAL***

El presente Trabajo Dirigido, se realizó en el Instituto British English Centre SRL, ubicada en la ciudad de La Paz.

## ***1.3.- ÁMBITO TEMPORAL***

La investigación, el diagnóstico de la propuesta se realizó a inicios del 2021 para lograr un alcance a largo plazo y la propuesta estará diseñada para la ejecución en los próximos 3 años.

### **1.3.1.- CRONOGRAMA**

#### **CRONOGRAMA DEL PLAN ESTRATEGICO COMUNICACIONAL**

















	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	2022	2023	2024
DISEÑO DEL PLAN ESTRATEGICO										
DISEÑO DE PROGRAMAS										
DISEÑO DE MANUALES INTERNO Y EXTERNO										
1. PROGRAMAS PARA PUBLICO INTERNO										
2. PROGRAMAS PARA PUBLICO EXTERNO										
DISEÑO DE PAGINA WEB										
DISEÑO DE PLATAFORMAS : FACEBOOK Y WATSAP										
DISEÑO DE PLATAFORMAS PARA LA EDUCACION CON LAS TICS										
ELABORAR CAMPAÑA DE POSICIONAMIENTO										
EJECUCION										

Grafico N°2



El cronograma presentado, muestra el diseño de los programas de comunicación que será adoptado a largo plazo de 3 años, las acciones piloto en los meses enero y marzo del año 2022 y la ejecución de dicho programa para la institución BEC con la intención que sea posible la creación de sucursales a nivel Bolivia.

#### **1.4.- OBJETO DE ESTUDIO**

El objeto de estudio , se caracteriza por determinar qué es lo que queremos saber acerca del proyecto, en este sentido , lo que se quiere visibilizar es el alcance que tiene la información de los servicios que proporciona el instituto BEC, con sus públicos externos, por otra parte, ver cuál es el estado de la comunicación organizacional que confiere al público interno, las falencias que pueden tener las clases en torno a las nuevas disposiciones por la pandemia y las clases en línea , por consiguiente hacer un análisis FODA para la institución para ver las fortalezas, oportunidades , debilidades y amenazas que pueda tener la instituto BEC como tal.

Para realizar la investigación se recolecto información de la institución, se hicieron encuestas a los estudiantes al público externo para determinar el alcance de la información y veracidad, entrevistas a los Docentes y al plantel administrativo para observar de esta manera la información y capacitación acerca de estrategias comunicacionales con la implementación de las TICS.

El objeto de estudio se realizó con la siguiente formulación:

– De qué manera afecta el no contar con un programa de planes estratégicos de comunicación y la utilización de las TICS, para los públicos internos y externos dentro del Instituto BEC?

#### **1.5.- OBJETO CONCEPTUAL**

Describir el efecto que tiene el no contar con un plan de comunicación y uso de las Tics para los públicos internos y externos de la Institución.

Los efectos observables en el transcurso de la Investigación son los siguientes:

- Cuentan con un plantel docente administrativo con falencias en cuanto a la información y capacitación del uso correcto de las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación TICS,
- La información acerca de los servicios de la Institución hacia el público externo es escasa y en muchos casos la información es tergiversada.

## ***ANTECEDENTES DEL PROBLEMA CON DATOS CUANTITATIVOS***

### ***1.6.- ANTECEDENTES.***

Se pudo verificar que el Instituto BEC no cuenta con un área de comunicación, por lo que se pudo observar la falta de organización en cuanto a la comunicación Interna , dando a lugar un nulo manejo de las Tics, tanto para la información como para la educación ya que cuenta con una débil e improvisada comunicación interna y externa de la Institución, por ello se elaboró el Programa de planes estratégicos de Comunicación, para mejorar la gestión de la Comunicación al interior como al exterior del BEC .

Entre otros objetivos promocionar los servicios de la misma, coadyuvar en la mejora de la educación en línea, del mismo modo, la implementación correcta de las TICS ayuda a facilitar la toma de decisiones, mejorar la comunicación tanto interna como externa de la institución, favorecer a la satisfacción de tus clientes, mejorar la imagen y contribuir a la expansión del BEC.

## ***METODO CUANTI- CUALITATIVO***

### ***1.7.- MÉTODO CUALITATIVO***

Este método busca entender sobre las percepciones y significados, el porqué de la existencia de los objetos.

“La perspectiva cualitativa es un proceso de indagación de un objeto al cual el investigador accede a través de interpretaciones sucesivas con la ayuda de instrumentos y técnicas que le permiten involucrarse con el objeto para interpretar de la forma más integral posible” (Orozco (2013) p.19).

La metodología cualitativa se refiere al sentido a la investigación que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas y la conducta observable, como señala ( Tay Rist (1977)

La metodología Cualitativa se a semejanza de la metodología cuantitativa, consiste en más que un conjunto de técnicas para recoger datos, es un modo de encarar el mundo empírico.

Entonces, la investigación cualitativa busca comprender al mundo social desde un acto de investigación para sistematizar las experiencias, explicar e interpretar los significados, conceptos y sentidos que los sujetos construyen.

Para tal hecho se realizó la entrevista cualitativa en profundidad, para el plantel docente administrativo y personas claves que dieron la información buscada, donde se entiende como reiteradas encuentros cara a cara entre el investigador y los informantes, dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas que tienen los informantes respecto de sus vidas, experiencias o situaciones, tal como las expresan con sus propias palabras, siguiendo la línea de la conversación entre iguales ( SJ Taylor / R. Bogdan 1987) (Pag.101)

### ***1.8. -MÉTODO CUANTITATIVO***

La Investigación Cuantitativa, se centra fundamentalmente en los aspectos observables y susceptibles de cuantificación de los fenómenos educativos, utiliza la metodología empírico-analítica y se sirve de pruebas estadísticas para el análisis de datos. (Cáceres (1996)

Dentro del proceso cuantitativo, el Proyecto aplicó la técnica del cuestionario y la encuesta para recoger los datos estandarizados medibles que cuantifiquen posteriores resultados del Plan de Comunicación Estratégica.

Con este método se pudo medir los datos cuantificables de las personas, integrantes del público externo, para ver en qué proporción, están informados acerca de los servicios de la Institución entre otros.

Se realizó encuestas al público externo, es decir a todos los estudiantes y se pudo verificar la eficacia que tuvo este método, ya que los datos cuantificables se pudo evidenciar la falta de información que existe en la Institución por el nulo uso de las TICS.

## **1.9.- OBJETIVOS**

### **1.9.1.- OBJETIVO PRINCIPAL .-**

Creación de un programa institucional orientado al desarrollo de Planes Estratégicos de Comunicación para el instituto British English Centre SRL, para optimizar la comunicación organizacional interna y externa a través de tácticas, acciones y recursos comunicacionales poniendo énfasis en TICS (Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación) para llegar de este modo a las TACS (Tecnologías para el Aprendizaje y el Conocimiento).

### **1.9.2.- OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

- Realizar un análisis de la situación (diagnóstico) comunicacional del Instituto BEC, considerando los flujos internos y externos de la organización.
- Identificar las necesidades de tipo comunicacional que tiene los estudiantes del Instituto BEC, para lograr un cambio favorable en la educación mediante la implementación de las TICS
- Identificar las necesidades de tipo comunicacional que tiene los funcionarios administrativos y educadores del Instituto BEC, para lograr un cambio favorable en la educación mediante la implementación de las TICS.
- Delinear el nuevo organigrama con inclusión del Área de Comunicación
- Establecer líneas de trabajo para el área de comunicación organizacional en base a las tácticas, acciones y recursos.
- Elaborar los programas operativos comunicacionales del Instituto para optimizar la comunicación interna (tácticas de organización académica y asesoramiento de clases en línea, con soportes digitales) y externa (página web, portales, redes sociales)

### **1.9.3.- MISIÓN Y VISIÓN**

El Instituto BEC responsable de la enseñanza del idioma inglés Británico, en el ámbito de la sociedad en general, proporciona a sus estudiantes los conocimientos lingüísticos

imprescindibles para una mejor formación personal, académica y profesional, potenciando así la consolidación de la interculturalidad.

Ser un centro líder y competitivo en la enseñanza de idiomas modernos, comprometido con la excelencia académica y la calidad en el servicio, destacando por su afán de mejora continua y por su papel relevante como parte de una universidad que sea referente de calidad a nivel nacional e internacional.

#### **1.9.4 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS INSTITUCIONALES**

Los Objetivos Estratégicos Institucionales del Instituto BEC se definen en cinco puntos, son los siguientes:

- a) Proponer estrategias comunicacionales que promuevan la comunicación real o el intercambio de significados considerando el contexto, la situación, el propósito y la audiencia del evento comunicativo.
- b) Desarrollar habilidades de investigación en cuanto a las TICS y trabajo colaborativo a través de los contenidos académicos y los proyectos de aula trabajados en los cursos.
- c) Favorecer el acceso a las plataformas del Instituto desarrollando habilidades de lectura y escritura del Idioma.
- d) Promover el uso de las TICS y el lenguaje como un constructor social, usado con propósitos específicos como informar, entretener, persuadir o manipular al público externo.
- e) Impulsar espacios que promuevan la interculturalidad con el fin de propiciar el diálogo y el acercamiento entre culturas.

#### **1.9.5.- TÁCTICA**

La táctica es toda acción o instrumento que la estrategia requiere para desarrollarse, es decir, son los medios por los cuales vamos a poner en marcha una estrategia. Si hablamos de comunicación, acciones como la difusión, el diseño y la publicidad serían la comunicación táctica, el posicionamiento de su imagen en sus públicos-objetivo, por lo tanto se vio

conveniente implementar un plan estratégico de comunicación para el Instituto, el cual ayude con planes estratégicos que estarán a cargo del departamento de comunicación y de esta manera ayude a la comunicación de sus públicos, tanto interno como externo, coadyuvar en las necesidades que tienen ambos y lograr la conjunción y veracidad de información

## ***CAPITULO 2***

### ***2.1.- MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL***

El principal objetivo de este trabajo, es la creación de un Programa de planes estratégicos de comunicación en el Instituto BEC, que posibilite el mejoramiento de la comunicación tanto interna como externa, mediante estrategias comunicacionales sustentadas en las teorías desarrolladas en la comunicación institucional.

El marco teórico conceptualiza términos fundamentales en la estrategia comunicacional institucional.

“Tal como el concepto lo dice se realizará una revisión a la literatura, que es un proceso y un producto. Un proceso de inmersión en el conocimiento existente y disponible que puede estar vinculado con nuestro planteamiento del problema y un producto que a su vez es parte de un producto mayor; el reporte de investigación”. (Sampieri (2006) p.64).

### ***2.2.- COMUNICACIÓN***

El concepto de comunicación para entender la importancia que tiene desde lo social hasta lo organizacional. Teniendo como punto de apoyo a Richard M. Hodgetts y Steven Altman quienes afirman que:

La comunicación es el proceso de transmitir significados que van del emisor al receptor. Es importante además entender la comunicación como un proceso de transmisión de mensajes que permiten al receptor comprender su significado y retroalimentar la información. ( Richard M. Hodgetts y Steven Altman, (1989) p. 324

Por otra parte, los autores, plantean siete elementos claves para entender el proceso: idea, codificación, transmisión, recepción, decodificación, acción, y un séptimo elemento que se sitúa en el medio de la transmisión y la recepción denominado ruido. En este proceso de

comunicación, se nota la importancia de la comprensión de un significado para la ejecución de una acción específica, entendiéndose entonces que la importancia que tiene el proceso comunicativo en una organización es vital para su productividad.

### ***2.3.- COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL***

La comunicación organizacional definido como:

El “conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, entre la organización y su medio; o bien, influir en las opiniones, aptitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que ésta última cumpla mejor y más rápido los objetivos”. (Fernández (1999, pág.180)

La razón primordial de la comunicación organizacional es promover la comunicación entre los miembros de una organización, que fomente la identidad de una empresa, para que este genere un sistema por el cual se hará llegar la información a los miembros de la institución.

La necesidad de la comunicación organizacional es exclusiva de cada empresa o institución, por ese motivo es importante responder preguntas esenciales sobre cuáles son las necesidades que tiene una institución, para así crear un sistema de comunicación organizacional adecuado a la Institución.

### ***2.4.- LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL***

La comunicación institucional o también conocida como comunicación organizacional es Definida como:

“El sistema coordinador entre la institución y sus públicos que actúan para facilitar la consecución de los objetivos específicos de ambos y, a través de ello, contribuir al desarrollo nacional”, al igual que para muchos investigadores, existe demasiada confusión alrededor del término relaciones públicas, debido fundamentalmente a que su objeto de estudio (las relaciones entre las instituciones y sus públicos) son intangibles y que sus resultados serán considerados no cuantificables, su campo de acción muy amplio y cuidadoso y quienes la practicaron, lo hicieron sin metodología y de manera intuitiva. (María Luisa Muriel y Gilda Rota, 1980, pág. 78)

## **2.5.- COMUNICACIÓN INTERNA. -**

La Comunicación interna cumple una serie de funciones que le permiten a la organización mejorar la eficacia en toda su actividad interior, lo cual redundará, sin duda, en una mayor competitividad externa de la Institución. Una buena Comunicación Interna producirá una mejora de la interactividad entre las personas de la organización, ya sea a nivel profesional, en lo relativo a cuestiones laborales, como a nivel personal en lo referente a las relaciones interpersonales.

“El sistema coordinador entre la institución y sus públicos, que actúa para facilitar la consecución de los objetivos específicos de ambos y a través de ello contribuir al desarrollo Nacional, la que se encargaría del intercambio de información de enlace de interrelación tanto internos como externos”. (Muriel (1980) p.31).

La comunicación interna en las organizaciones implica gestionar una buena comunicación dentro de la institución, esto conlleva la implementación de diferentes procesos, acciones y recursos que permiten mejorar la interacción interna.

Se considera que la comunicación interna está conformada por todos los funcionarios de la organización, se puede transmitir a través de diferentes medios de comunicación y poder difundir la información de diferentes maneras. El objetivo fundamental es lograr la aceptación e integración de los empleados manteniéndolos informados de todos los acontecimientos realizados o por realizar.

### **2.5.1- TIPOS DE COMUNICACIÓN INTERNA**

La interrelación personal puede ser catalogada de acuerdo a su tipología en:

- **Formal:** Es aquella comunicación cuyo contenido está referido a aspectos laborales. En general, ésta comunicación utiliza la escritura como medio (Comunicados, memoranda, etc... La velocidad es lenta debido a que tiene que cumplir todas las formalidades burocráticas.
- **Informal:** Es aquel tipo de comunicación cuyo contenido, a pesar de ser de aspectos laborales, utiliza canales no oficiales. (Reunión alrededor del botellón de agua, encuentros en los pasillos, etc.). Es más veloz que la formal.



- **Vertical:** Es aquella comunicación que se genera en las áreas directivas de la empresa y desciende utilizando los canales oficiales. En una comunicación corporativa óptima, debería existir la comunicación vertical ascendente
- **Horizontal:** Se desarrolla entre los empleados de un mismo nivel corporativo. Muy pocas veces utiliza los canales oficiales y es totalmente informal. También es conocida como comunicación plana.
- **Rumores:** Es la comunicación informal que recorre la institución sin respetar canales y a la velocidad de la luz. Se le llama también bolas o "radio bamba".

Prácticamente la comunicación interna, es contar a la Organización lo que la Organización está haciendo. Esta noción tiene un marcado carácter informacional, ya que es una perspectiva en la que se busca informar al personal de las noticias que suceden en la empresa, se tiene la intención de transmitir las cosas que pasaran en la institución.

### ***2.5.2.- FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN INTERNA***

Esta interactividad favorece, por una parte a la circulación de la información dentro de la organización de una forma rápida y fluida como también a la coordinación de las tareas y esfuerzos entre las diferentes áreas o unidades de la compañía.

### ***2.6.- LA COMUNICACIÓN EXTERNA***

La comunicación externa es la trasmisión y recepción de datos, pautas, imágenes, referidas a la organización y a su contexto. Para la organización que tiene su atención centrada en sus clientes, es fundamental mantener un doble flujo de comunicación:

“Las comunicaciones de “puertas afueras” son las que buscan generar una opinión pública favorable en los grupos de interés externos, y manejar opiniones de buena voluntad con proveedores, accionistas, distribuidores, familiares del personal, y otros allegados a la organización” (Dice Avilia Lammertyn 1997, Pag. 159 )

### ***2.7.- COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EN ENTORNOS 2.0 y 3.0***

Diferentes dispositivos, aparece en el escenario y se vincula a los servicios que permiten compartir datos e interactuar de manera fácil. Las redes sociales constituyen la base de esta

evolución de Internet. Los periódicos y revistas emigran hacia la publicidad digital. Las técnicas de mercadeo pasan a ser ahora Marketing Digital y se incorpora también el área creativa, un web master.

Es donde se ve pertinente, llevar toda la información del Instituto BEC al área Digital, usar las TICS y llegar conjuntamente a las TACS. Las actualizaciones y la evolución de la era digital nos llevara a lo próximo que es, la web 3.0, la cual está el pleno proceso de evolución, se refiere a la nueva generación de dispositivos inteligentes por los cuales se puede interactuar con la herramienta hablando ambos, ya que busca una flexibilidad y una versatilidad que superen las barreras del formato, el tiempo, la ubicación, la estructura y la interlocución, con un modelo de interacción proactiva.

La proyección de una institución, se realiza en una forma integral donde los públicos externos e internos se conjugan para que la imagen, la publicidad y el mercadeo se funden en un solo mensajero a través del cual el perceptor está expuesto a todos los elementos informativos, promocionales y publicitarios de la empresa. Y de esa manera ese contenido informara, persuadirá y motivara a los públicos externos. (Santos ARP, Díaz, y Alfaro, 2016)

## ***2.8.- TICS (TECNOLOGIAS DE INFORMACION Y COMUNICACIÓN)***

Las TIC son un conjunto de avances tecnológicos posibilitados por la informática, las telecomunicaciones y las tecnologías audiovisuales, todas éstas proporcionan herramientas para el tratamiento y la difusión de la información y contar con diversos canales de comunicación. (Marquez Graells (2000))

Se definen las tecnologías de información y comunicación, como aquellos dispositivos, herramientas, equipos y componentes electrónicos, capaces de manipular información que soportan el desarrollo y crecimiento económico de cualquier organización. Cabe destacar que en ambientes tan complejos como los que deben enfrentar hoy en día las organizaciones, sólo aquellos que utilicen todos los medios a su alcance, y aprendan a aprovechar las oportunidades del mercado visualizando siempre las amenazas, podrán lograr el objetivo de ser exitosas. (Thompson y Strickland, (2004))

Las TICS serán utilizadas como medios técnicos que coadyuvaran en la difusión de información para una mejoría en cuanto al público externo e interno del Instituto British English Centre SRL.

## **2.9.- TACS (TECNOLOGIAS DEL APRENDIZAJE Y CONOCIMIENTO)**

En el contexto educativo, en el concepto de TACS, trata de reconducir las TICS hacia un uso más formativo y pedagógico y con una connotación menos informática, aunque incluyendo esta dimensión, las TACS van más allá de aprender solamente el uso de las TICS y apuestan en explorar estas herramientas tecnológicas al servicio del aprendizaje y del conocimiento.

## **2.10.- NIVELES DE PLANIFICACIÓN**

El planeamiento es el concepto general que nos permite ver el análisis descriptivo de desarrollar una mejor situación futura, es decir el proceso de establecer o visualizar un futuro deseado; a su vez el planeamiento tienen tres niveles de desenvolvimiento, el primero es la planeación que está ligado a la capacidad de pensar o diseñar la viabilidad del futuro deseado, es decir trazar un objetivo; pero para que este objetivo pueda desarrollarse se tiene que realizar una planificación estratégica la cual establece metas, indicadores, estrategias y acciones estratégicas; por otro lado lo planificado tiene que ejecutarse en un corto plazo y debe estar proyectado en una programación.

<b>Tipo de Planificación</b>	<b>¿Para qué sirve?</b>	<b>¿Que se obtiene?</b>
Estratégica	Exige a la organización precisar lo que quiere ser y hacer	Visión, Misión, Análisis FODA y objetivos estratégicos
Programática	Establece las tácticas de cómo se obtendrán los objetivos estratégicos	Estrategias, tácticas, resultados e indicadores de impacto.
Operativa	Establece las actividades que se deben alcanzar en el corto plazo	Actividades, tareas responsables, costos, metas y cronograma

## ***CAPITULO 3***

### ***MARCO METODOÓGICO***

#### ***3.1.- METODOLOGÍA***

La implementación efectiva del Programa de planes estratégicos del área de Comunicación para el Instituto BEC, depende de la realización oportuna de un método que vincule principalmente las actividades en relación con las falencias que posee la institución.

Para el diseño metodológico se hará una investigación en torno a los temas concernientes a las actividades y servicios que realiza el Instituto, para poder ejecutar un proceso de investigación y recolección de información, es pertinente desarrollar una metodología que vincule el objeto de estudio, en el Instituto BEC, los estudiantes, docentes y público externo, aportaran de gran manera al proceso de investigación, porque están en contacto con la realidad, convirtiéndose en sujetos clave para la recolección de información, en relación con el Programa de Planes Estratégicos de Comunicación e implementación del mismo.

De esta manera, con el fin de cumplir con los objetivos planteados en la investigación, se utilizará una metodología mixta (Cuanti-cualitativo), que conlleva la realización de encuestas de percepción para el público externo, para determinar la información que tienen concerniente a la Institución (cuanti), en cuanto al método cualitativo, (entrevistas en profundidad y/o Focus Group) dirigido a público interno. Así mismo, la revisión documental y el aporte bibliográfico.

El proyecto adopta la visión de “El proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento del problema. Se usan métodos de los enfoques cuantitativo y cualitativo y pueden involucrar la conversión de datos cuantitativos en cualitativos y viceversa”. (Sampieri (2006) p.755).

De la misma manera, se realizara un Diagnostico denominado FODA ya que es una herramienta que analiza y determina estrategias en organizaciones, instituciones a partir de la valoración de aspectos internos (fortalezas y debilidades) y externos (oportunidades y amenazas) es necesario tomar en cuenta una metodología de investigación, que contemple un

método, una técnica, un instrumento de recopilación de información y una delimitación de los sujetos de investigación.

Entendiendo que en la sociedad se cumplen diferentes roles y funciones, este trabajo se circunscribe dentro del enfoque del Sistemismo, que dará sustento para otorgar sentido al presente trabajo, en cuanto se refiere a la institución.

El Sistemismo, la realidad (el mundo) es un conjunto jerarquizado de supra sistemas, sistemas en sí y subsistemas que se interrelacionan dinámicamente y que están constituidos por totalidades de diversa magnitud, cuyas fronteras son recortables desde el punto de vista teórico de acuerdo con el tipo de interacciones que establecen entre si ... Todo sistema es tal en la medida en que mantiene un nivel de equilibrio, de organización, que sin embargo está permanentemente amenazado. (Erick Torrico ( P.55)

El Sistema es como un conjunto de componentes organizados que interactúan para conseguir uno o más objetivos determinados.

La corriente que utilizaremos, se ocupa de conocer cuáles son los elementos del todo en cuanto al Instituto BEC, cuales son las funciones y servicios que desempeña, investiga la forma de mejorar los servicios y actividades que realiza.

### **3.2.- TIPO DE INVESTIGACIÓN:**

#### **DESCRIPITIVA**

La investigación es de tipo descriptiva, puesto que:

“Comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o proceso de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre grupo de personas, grupo o cosas, se conduce o funciona en presente. (Mario Tamayo y Tamayo, 2006)

Su enfoque de estudio se detiene a observar solamente un fenómeno en su estado natural, en sus condiciones puras, sin que medie interferencia alguna del investigador, más que aquellas que sean propias de las circunstancias que envuelven el objeto de estudio.

En otro aspecto, es de apreciar que este concepto, alude a la utilización o bien selección de grupos, lo cual es común cuando el estudio se lleva a cabo en áreas de las ciencias sociales, donde el fenómeno, se evalúa en su propio contexto.

Mediante este enfoque, se tuvo una visión más clara de la situación que tiene actualmente el Instituto British English Centre SRL, el estado natural de las condiciones, gracias a la información oportuna de sus públicos.



**Grafico N°3**

### **3.2.1 UNIDAD INVESTIGATIVA 1**

#### **3.2.2.- PERSONAL PUBLICO INTERNO**

##### **(MAESTROS, PLANTA EJECUTIVA Y ADMINITRATIVOS)**

Una unidad de investigación es un individuo que integra un universo y una muestra y que constituye la unidad básica e irreductible de un universo para los fines de una investigación y en especial, para el trabajo de campo. En este sentido, entendemos que una unidad de investigación es un individuo o un grupo de individuos que reúnen atributos o características similares y se define en función de los objetivos de la investigación.

De esta manera se tomó como unidad investigativa a los públicos que intervienen en la Institución de manera simultánea, tanto los públicos externos como internos puesto que son personas claves para dar una buena información.

Para esta unidad de investigación se tomó en cuenta al plantel ejecutivo, docente y administrativo para realizar entrevistas en profundidad como también focus group para visibilizar el conocimiento y la percepción que tienen acerca de las estrategias y la comunicación en cuanto a la Organización.



**Grafico N°4**

#### **FOCUS GROUP INSTITUTO BRITISH ENGLISH CENTRE SRL**

##### **3.2.2.1.- TÉCNICA:**

##### **ENTREVISTA DIRIGIDA A INFORMANTES CLAVES**

Esta técnica consiste en el recojo y registro de información mediante un interrogatorio guiado por el investigador:

“Toda entrevista es, en lo sustancial, un evento conversacional o, si se quiere, un proceso dinámico de comunicación interpersonal, en el cual dos o más personas conversan para tratar un asunto”. (Ander (1993) p.122).

La información de relevancia se recolectó a través de la entrevista dirigida a informantes claves, para ello, se realizó entrevistas con preguntas abiertas los(as) y cerradas a las

autoridades superiores, responsables del Instituto BEC, a los cuáles se consideró como informantes claves sobre la realización del Plan Estratégico de Comunicación para el Instituto British English Centre SRL.

Las entrevistas fueron aplicadas a los siguientes personajes claves:

- Gerente General
- Administrador
- Coordinador Académico.

### **3.2.2.2.- UNIDAD INVESTIGATIVA 2 ESTUDIANTES (PUBLICO INTERNO)**

En esta unidad investigativa se tomará en cuenta al público interno que forman parte del plantel estudiantil, estudiantes que van cursando el último nivel, secundaria y primaria del Idioma, para que puedan ofrecer la información de la experiencia en el lapso de su educación en la institución.

### **3.2.2.3.- TÉCNICA: ENCUESTAS**

La encuesta es otra de las técnicas que se utilizó sobre la elaboración del Plan Estratégico de Comunicación del Instituto British English Centre SRL. Indica que:

“Los estudios que obtienen datos mediante entrevistas a personas se denominan encuestas. Si los entrevistados constituyen una muestra representativa de la población, estos estudios se denominan encuestas por muestreo”. (Monje 2011 p.134).

La técnica de encuesta se aplicó a la población meta definida dentro del Trabajo de Investigación, que son los estudiantes de la Institución que cursan actualmente en la Institución.



### **3.2.2.4.- UNIDAD INVESTIGATIVA 3**

#### **CLIENTES POTENCIALES (PUBLICO EXTERNO)**

En esta unidad de Investigación, se tomó en cuenta a los clientes potenciales que se obtiene mediante el testimonio de los estudiantes, gracias a ello se tiene la posibilidad de formar nuevos grupos e integrarlos a la institución, tomando como técnica el sondeo de percepción.

#### **3.2.2.5.-SONDEO DE PERCEPCIÓN**

La técnica de sondeo de percepción se aplicó a las y los públicos externos relacionados con la Institución en cuanto al testimonio de los clientes.

### **3.3.- PUBLICO OBJETIVO:**

El público objetivo del presente trabajo son estudiantes de diferentes edades como también las entidades públicas y privadas que requieran del servicio, ya que el instituto BEC cuenta con la disponibilidad de diferentes niveles en cuanto a edades y educación, también es uno de los Institutos avalados por el ministerio de educación y el ETS para poder tomar el examen de suficiencia académica.

#### **3.3.1.- PUBLICOS RELACIONADOS.**

Los públicos relacionados con el Instituto BEC, son las entidades con las cuales se trabaja en cuanto al personal técnico, empresas de limpieza, de programación y diferentes contactos que gracias a los testimonios de los estudiantes se puede corroborar la existencia de una alta calidad de educación.

#### **3.3.2.- TÉCNICA:**

##### **SONDEO DE PERCEPCIÓN**

La técnica de sondeo de percepción se aplicó a las y los públicos externos relacionados con la Institución en cuanto al testimonio de los clientes, definida dentro del Trabajo de Investigación.

#### **3.3.3.- ANALISIS DOCUMENTAL**

El análisis documental que se realizó para el presente Trabajo Dirigido es la exploración en la documentación en la Institución, trabajos de investigaciones, proyectos para la elaboración del Instituto, análisis contables y administrativos, en los cuales se identificó, el número de

estudiantes inscritos anuales, identificación de métodos de enseñanza, misión, visión de la Institución y gracias a la información requerida se pudo hacer un análisis en profundidad.

### **3.4.-UNIDAD DE ANALISIS 1**

#### **DATOS Y REFERENCIAS DE LA EDUCACIÓN A DISTANCIA ON LINE EN BOLIVIA**

Tras la llegada de la Pandemia a nuestro País se vio conveniente establecer cambios en cuanto a las clases presenciales y se dictamino la presente resolución por el bien de los estudiantes:

La Resolución Ministerial 01/2021 del Ministerio de Educación establece el retorno a clases bajo tres modalidades: presencial, semi presencial y a distancia.

En Bolivia existen 17.212 unidades educativas, tanto de educación formal, alternativa, como especial; el 72% de ellas son rurales, y el 88%, fiscales, el instituto BEC está catalogado dentro de la educación alternativa.

Educación Virtual. La UNESCO, en su Declaración Mundial sobre la Educación Superior en el Siglo XXI, define educación virtual como: entornos de aprendizajes que constituyen una forma totalmente nueva, en relación con la tecnología educativa, un programa informático – interactivo de carácter pedagógico que posee una capacidad de comunicación integrada. Representan una innovación relativamente reciente y fruto de la convergencia de las tecnologías informáticas y de telecomunicaciones (UNESCO, 1998).

#### **3.4.1 UNIDAD DE ANALISIS 2 .-**

##### **DATOS Y REFERENCIAS DE LOS COMPETIDORES**

- **CENTRO BOLIVIANO AMERICANO CBA**

El Instituto CBA cuenta con profesores preparados y apoyados con programas eficientes para el desarrollo del proceso enseñanza-aprendizaje. Interactuar con instituciones que cumplan los mismos fines.

Fortalecer sus recursos humanos con seminarios dictados por especialistas nacionales y extranjeros. Organizar, conservar e implementar bibliotecas con obras en inglés, castellano, aimara y quechua. Auspiciar conferencias, exposiciones, debates y otras actividades de carácter social y cultural.

- **REAL ENGLISH**

El método utilizado en dicha institución es llamado Natural Approach to Second Language Acquisition (NA –SLA) y representa uno de los modelos de enseñanza de inglés como lengua extranjera más efectivos.

Su base se encuentra en la enseñanza del idioma en base a actividades interactivas que permiten el desarrollo del idioma de forma similar a la que aprendimos el castellano. De esta forma el idioma es comprendido por uso y no simplemente memorizado, lo que garantiza una fluidez comunicativa al largo plazo, como resultado de un aprendizaje significativo y relacional. Para garantizar una enseñanza personalizada y un seguimiento cercano al desempeño de cada estudiante, este método es aplicado en grupos reducidos y en base a parámetros internacionales de excelencia académica.

- **NATURAL ENGLISH LA PAZ**

Natural English tiene como objetivo principal la difusión del idioma inglés hablando en 4 meses y dominándolo en 9 meses.

- **FIRST CLASS**

Cursos solo online

A través de audios, textos y vídeos, el estudiante puede ir avanzando de nivel a medida que va superando cada lección. Verbos, léxico, vocabulario variado y practicar la fonética son algunos de los recursos que ofrece la metodología que nosotros ofrecemos.

- **ALIANZA FRANCESA DE LA PAZ**

"La Alianza Francesa de La Paz es un lugar de encuentro entre dos países: Bolivia y Francia. Un lugar donde aprenderás el idioma francés, tendrás acceso a los eventos culturales y becas internacionales. Fue fundada en 1947 y cumplió en el 2017 sus 70 años. La misión de la Alianza Francesa se basa en tres objetivos esenciales: \* Proponer cursos de francés dirigidos a públicos de todas las edades \* Desarrollar el acceso a la cultura francesa \* Favorecer la

diversidad cultural Es el único centro cultural y de enseñanza de lengua francesa avalado por el gobierno francés y la única entidad autorizada para la toma de exámenes internacionales DELF/DALF del Ministerio de educación de Francia."

Mediante la investigación se pudo observar las características de los demás institutos que se encuentran en la ciudad de La Paz, si bien tienen buena visión en cuanto a la enseñanza del idioma, el Instituto BEC tiene como ventaja con los demás cuenta con docentes Nativos y enseña el Inglés Británico, el idioma más puro en cuanto a gramática y el arte de hablar.

### **3.4.2.- UNIDAD DE ANALISIS 3.**

#### **DESAFIOS ADMINISTRATIVOS PARA LAS INSTITUCIONES DE CAPACITACIÓN TÉCNICA.**

##### **RESILENCIA INSTITUCIONAL**

La pandemia de enfermedad por coronavirus (COVID-19) ha provocado una crisis sin precedentes en todos los ámbitos. En la esfera de la educación, esta emergencia ha dado lugar al cierre masivo de las actividades presenciales de instituciones educativas en más de 190 países con el fin de evitar la propagación del virus y mitigar su impacto. Según datos de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), a mediados de mayo de 2020 más de 1.200 millones de estudiantes de todos los niveles de enseñanza, en todo el mundo, habían dejado de tener clases presenciales en la escuela. De ellos, más de 160 millones eran estudiantes de América Latina y el Caribe.

En el ámbito educativo, gran parte de las medidas que los países de la región han adoptado ante la crisis se relacionan con la suspensión de las clases presenciales en todos los niveles, lo que ha dado origen a tres campos de acción principales: el despliegue de modalidades de aprendizaje a distancia, mediante la utilización de una diversidad de formatos y plataformas (con o sin uso de tecnología); el apoyo y la movilización del personal y las comunidades educativas, y la atención a la salud y el bienestar integral de las y los estudiantes.

Entre las modalidades de aprendizaje a distancia en línea destaca el uso de plataformas virtuales de aprendizaje asincrónico, utilizadas en 18 países, en tanto que solo 4 países ofrecen clases en vivo (Bahamas, Costa Rica, Ecuador y Panamá). A su vez, entre las formas de

aprendizaje a la distancia fuera de línea, 23 países realizan transmisiones de programas educativos.

En el marco de la suspensión de las clases presenciales, la necesidad de mantener la continuidad de los aprendizajes ha impuesto desafíos que los países han abordado mediante diferentes alternativas y soluciones en relación con los calendarios escolares y las formas de implementación del currículo, por medios no presenciales y con diversas formas de adaptación, priorización y ajuste. Para realizar los ajustes se requiere tomar en cuenta las características de los currículos nacionales o sub nacionales, los recursos y capacidades del país para generar procesos de educación a distancia, los niveles de segregación y desigualdad educativa del país y el tiempo transcurrido del año escolar. Mientras que algunos países como México y la República Dominicana y algunos sectores del Ecuador y el Brasil se encontraban en la mitad del año escolar cuando comenzó la pandemia, la gran mayoría se encontraba en el inicio. La mayoría de los países cuentan con recursos y plataformas digitales para la conexión remota, que han sido reforzados a una velocidad sin precedentes por los Ministerios de Educación con recursos en línea y la implementación de programación en televisión abierta o radio.

En la adaptación, la flexibilización y la contextualización curricular se deben considerar elementos como la priorización de objetivos de aprendizaje y contenidos que permitan lograr una mejor comprensión de la crisis y responder a ella de mejor forma, incorporando aspectos relativos al cuidado y la salud, el pensamiento crítico y reflexivo en torno a informaciones y noticias, la comprensión de dinámicas sociales y económicas, y el fortalecimiento de conductas de empatía, tolerancia y no discriminación, entre otros. Por otro lado, se debe buscar un equilibrio entre la identificación de competencias centrales, que serán necesarias para continuar aprendiendo, y la profundización del carácter integral y humanista de la educación, sin ceder a la presión por fortalecer solamente los aprendizajes instrumentales.

( UNESCO 2018 )

### ***3.5.-ANALISIS FODA DE BRITISH ENGLISH CENTRE SRL***

Para evaluar la pertinencia del Instituto British English con un FODA se deben considerar primero las fortalezas y debilidades (análisis interno) para después revisar sus oportunidades y amenazas (análisis externo). Este análisis se realizó de manera proactiva, es decir, no sólo

tener la iniciativa de realizarlo “de oficio”, sino con la responsabilidad de hacer que las cosas sucedan, decidiendo qué se debe hacer y cómo se va a hacer al respecto.

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Instituto que enseña Inglés Británico en la Ciudad de La Paz.</li> <li>-Cuenta con docentes Nativos y especializados en la enseñanza del idioma.</li> <li>-Cuenta con preparaciones para exámenes de competencia como TOEFL, IELTS,</li> <li>-Institución capacitada para presentar el examen de competencia TOEFL. - Instituto con certificación bajo resolución ministerial.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Tener más alcance a nivel Nacional e internacional para clases en línea.</li> <li>- Tener más cobertura a nivel Nacional con el uso de las TICS.</li> <li>- Integrar más docentes calificados por medio del Internet.</li> </ul>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Poca capacitación al plantel docente administrativo.</li> <li>- Poca difusión y promoción de los servicios que brinda el Instituto BEC.</li> <li>- No existe un área de comunicación exclusiva para difundir los servicios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Institutos que cuenten con un Área de comunicación que difundan de manera óptima sus servicios.</li> <li>- Mejorar la información a los estudiantes</li> </ul>

*Grafico N°5*

## ***CAPITULO 4***

### ***MARCO INSTITUCIONAL***

#### ***4.1.- HISTORIA DE LA INSTITUCION***

En la actualidad hablar diferentes idiomas es de gran importancia, y en este caso, hablar inglés es una herramienta que nos permite avanzar con éxito no solamente en nuestro entorno laboral e intercultural, sino que es un medio para llegar a tener mejores conocimientos educativos y una mejor calidad de vida. Estos conocimientos nos brindan la oportunidad de aportar a nuestro entorno coadyuvando a la filosofía de vivir bien de forma colectiva.

La enseñanza del idioma inglés es una alternativa que se brinda a la necesidad de personas de diferentes edades de adquirir conocimientos acerca de otro idioma, siendo el principal propósito que los estudiantes de este idioma sean capaces de comunicarse correctamente y de entender y poder analizar diferentes tipos de textos y obras literarias dentro de su área de desarrollo personal.

La demanda de una enseñanza con calidad educativa por parte de las instituciones encargadas de la enseñanza de un idioma y la garantía que se debe brindar a los estudiantes, tanto en la metodología de enseñanza como al contar con personal calificado para trabajar con estudiantes de diferentes edades y niveles en el manejo del idioma, así como contar con los recursos necesarios y adecuados, implica que hay una responsabilidad inherente a este servicio.

El instituto BEC tiene la misión de brindar todas las posibilidades para que las personas o instituciones que se deseen formar en el manejo del idioma inglés puedan contar con una herramienta que permita mejorar su competitividad personal, académica o laboral de tal manera que pueda contribuir tanto con instituciones y / o empresas donde desempeñan sus actividades como con su entorno social.

#### ***4.2- CARACTERISTICAS Y FUNCIONES DEL INSTITUTO BEC***

El Instituto British English Centre SRL es consciente de la importancia que tiene la actualidad los cambios importantes que se dan a nivel educativo, tanto en un enfoque descolonizador de la educación hasta su articulación con la vida en comunidad dentro de la sociedad bajo los

preceptos de un modelo socio comunitario. En tal sentido es que se plantea que la enseñanza de un idioma extranjero no se reduce simplemente a las clases formales dentro del aula sino se interrelación con un dialogo que deje sentadas las bases para hace cualquier idioma una herramienta intercultural que coadyuve en la construcción de conocimientos que fortalezca la construcción del paradigma del vivir Bien.

Por lo tanto, el Instituto BEC ofrece la posibilidad de que nuestros estudiantes no solamente adquieran el manejo de la lengua, sino que puedan convertirse en replicadores del conocimiento y aportar positiva y proactivamente a la sociedad.

Sabemos que al aprender un idioma se mejora de forma considerable de capacidad de comunicación porque permite no solamente hacerlo en una lengua diferente sino bajo un punto de vista cultural diferente. Nuestros estudiantes pueden realizar conversaciones en el idioma adquirido y se desde una perspectiva académica como laboral y social, mejorando las vidas profesionales, académicas y sociales de muchos participantes.

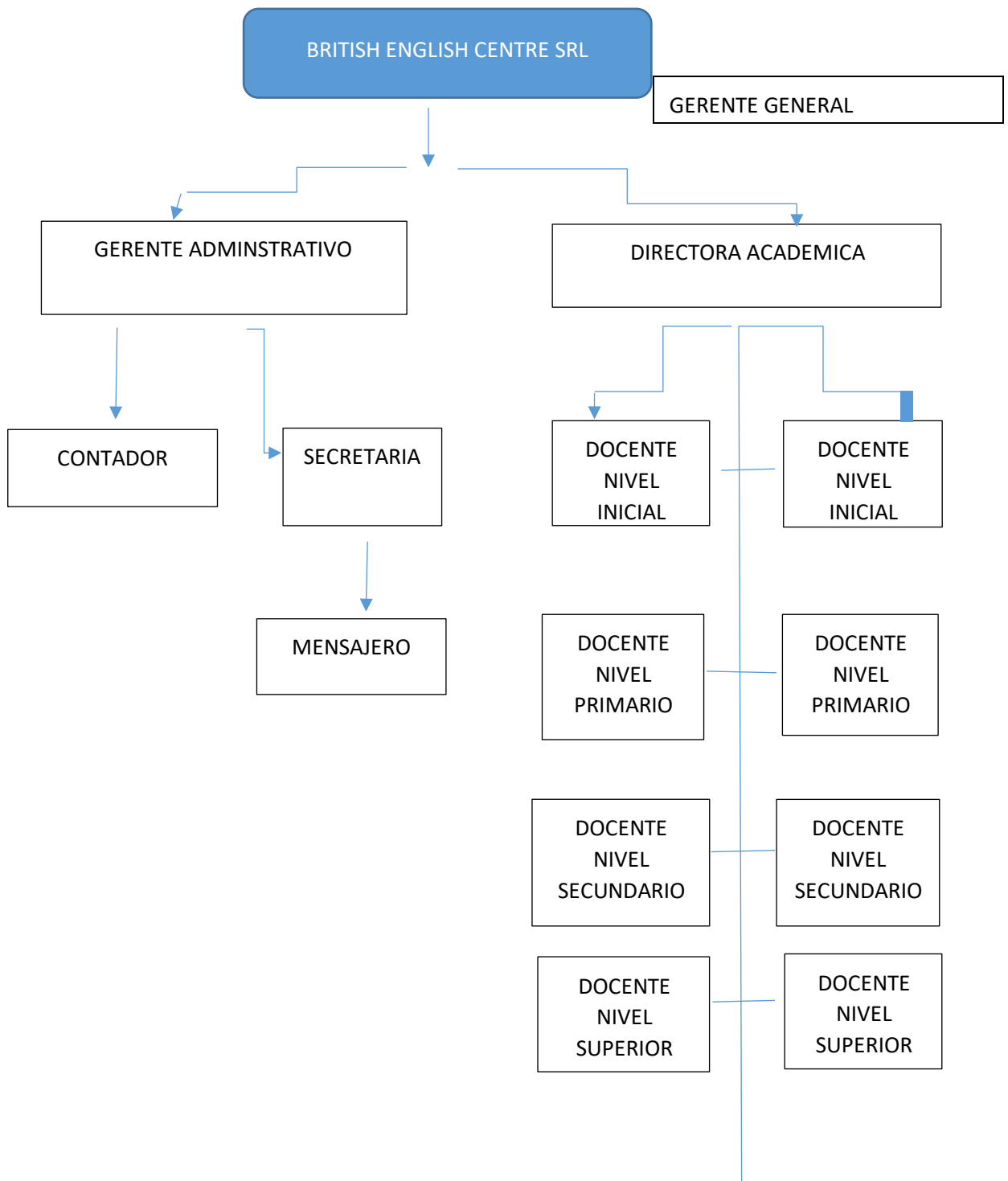
La educación actual debe adecuarse a los cambios sociales, comunicacionales y pedagógicos, por ello es que en el proceso de enseñanza del idioma Inglés en el BEC se concreta en cuatro criterios:

- Educación en la práctica, que se expresa en la experiencia de diferentes situaciones en la que se deba desenvolver en el idioma.
- Construcción teórica que reflexione las diferentes situaciones, elabore y sistematice y organice contenidos pertinentes y nuevos estructurados la construcción de sus conocimientos.
- Valoración como resultado del momento practico teórico que facilite la autoevaluación del desarrollo de las capacidades, habilidades y destrezas aplicadas a la vida en cuanto al uso y pertinencia.
- Productivo, que integra la práctica, teoría y valoración en actividades académicas o profesionales que muestren la utilidad del conocimiento.



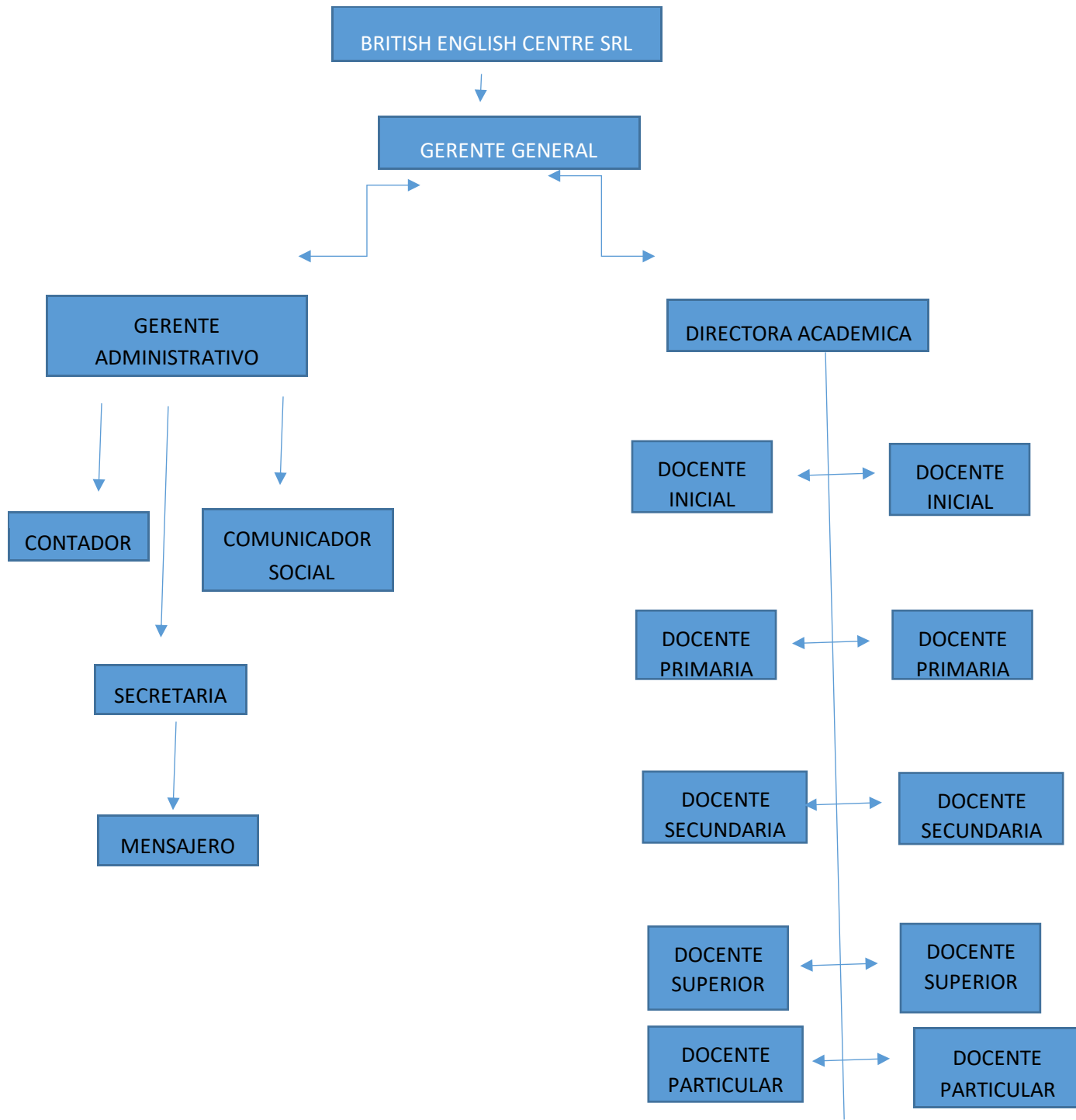
Bajo estos preceptos es que el instituto BEC contribuye a elevar la calidad educativa para vivir bien con la inclusión del idioma inglés a la vida académica, social y laboral de los estudiantes y profesionales.

#### ***4.3.- ORGANIGRAMA ACTUAL DEL INSTITUTO BRITISH ENGLISH CENTRE SRL.***



**Grafico N°6**

**4.3.1.- NUEVO ORGANIGRAMA CON LA ADOPCION DEL AREA DE COMUNICACIÓN. -**



**Grafico N°7**

#### ***4.4.- MISIÓN***

La Creación de un programa institucional orientado al desarrollo de Planes Estratégicos de Comunicación del INSTITUTO BRITISH ENGLISH CENTRE SRL. Tendrá la misión de convertirla en una institución capacitada e inmersa en las nuevas tecnologías de comunicación gracias a la creación de los programas realizados para que tenga una comunicación eficaz con sus públicos externos e internos.

##### ***4.4.1.- VISIÓN***

La visión del Proyecto es que el INSTITUTO BRITISH ENGLISH CENTRE SRL pueda tener más alcance a nivel nacional e internacional, con la creación del plan estratégico comunicacional.

##### ***4.4.2.- OBJETIVOS DEL INSTITUTO BRITISH ENGLISH CENTRE SRL.-***

El objetivo principal del Instituto BREITISH ENGLISH CENTRE SRL es contar con profesores altamente preparados y Nativos, apoyados con programas eficientes para el desarrollo del proceso enseñanza-aprendizaje.

De la misma manera, aportar con la educación adecuada y óptima a los estudiantes de nuestro País para que sean profesionales bien preparados con una calidad de enseñanza.

## ***CAPITULO 5***

### **5.- PROPUESTA DEL PLAN DE COMUNICACIÓN**

La propuesta se basa en una comunicación integral que sería el instrumento al servicio de la gestión de un todo, donde se verá por conveniente cumplir los objetivos, donde influyan los conocimientos para que se pueda lograr a través de la comunicación y el apoyo de las nuevas tecnologías.

Esto ayudará a que los públicos Externos tengan la información del Servicio que brinda el Instituto BEC y así se pueda tener la respuesta de las y los interesados que se apersonarán a la Institución a recabar mayor información del Servicio.

La Propuesta está ligada a la incorporación del departamento de Comunicación en la Institución, ingresar como Institución a las Redes Sociales, elaborar planes estratégicos para la educación con el uso de las TICS, elaborar manuales para la adaptación del departamento en cuanto al servicio de los públicos internos y externos para la difusión de los Servicios que brinda el Instituto British English Centre SRL.

Por lo tanto se realizará dicha propuesta tomando en cuenta niveles de planificación como estratégica, programática y operativa, que nos ayudara de gran manera para la estructuración de dicha propuesta

Estratégica: En este nivel organizaremos con precisión lo que queremos hacer para realizar el trabajo dando lugar a tener más claros los aspectos como; la visión, misión, análisis FODA y los objetivos estratégicos del Instituto BEC.

Programática: Este Nivel trata de las tácticas para obtener los objetivos estratégicos del trabajo y se obtendrá conjuntamente estrategias, tácticas, resultados e indicadores de impacto para el Trabajo de Investigación.

Operativa: Se refiere a las actividades que se desarrollaran a corto plazo, en este caso nos Hablamos de las tareas, actividades, costos, metas y cronograma.

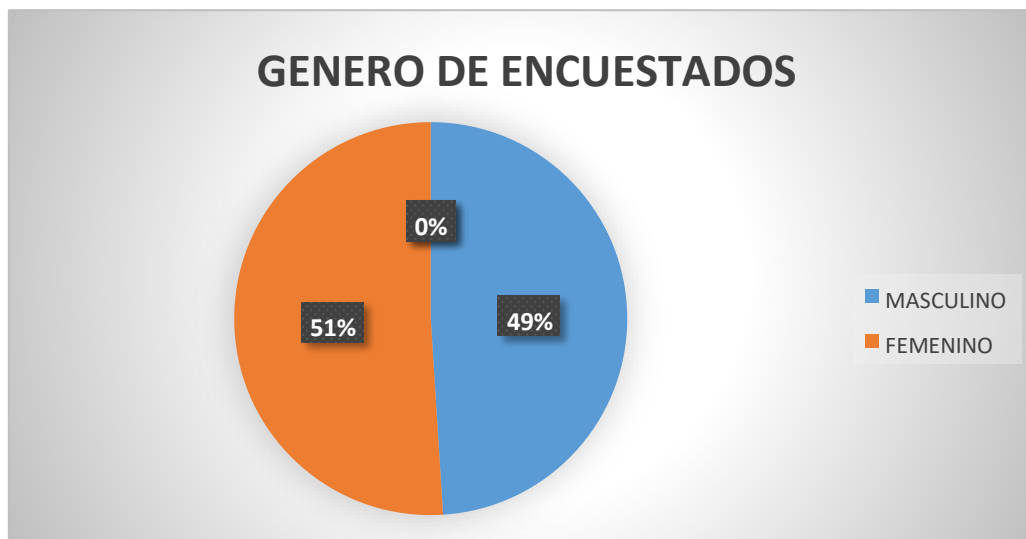
### ***5.1- DIAGNOSTICO DE PARTIDA***

En función de formular el diagnóstico de comunicación para el Programa de Plan Estratégico de Comunicación, que ayude a visibilizar la información recibida a los públicos externos, tanto estudiantes como clientes potenciales del Instituto British English Centre SRL, se elaboró una investigación cuantitativa y cualitativa y se realizó una encuesta por muestreo dirigida a los estudiantes, respecto a cuanto conocen y están informados sobre los servicios que ofrece el Instituto BEC.

El objetivo del diagnóstico era identificar cuánto conocen de los estudiantes sobre los servicios que brinda el Instituto. Los resultados fueron los siguientes:

## 5.2 .- RESULTADOS DEL DIAGNOSTICO DE PARTIDA

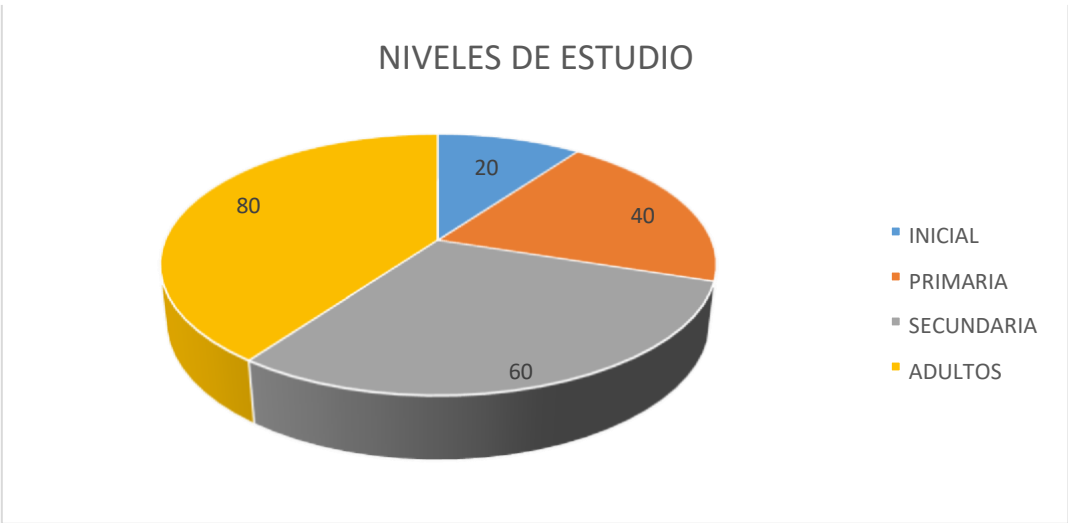
En primera instancia presentamos la cuantificación de las encuestas por Niveles:



**Gráfico N°8**

**Fuente: Elaboración Propia.**

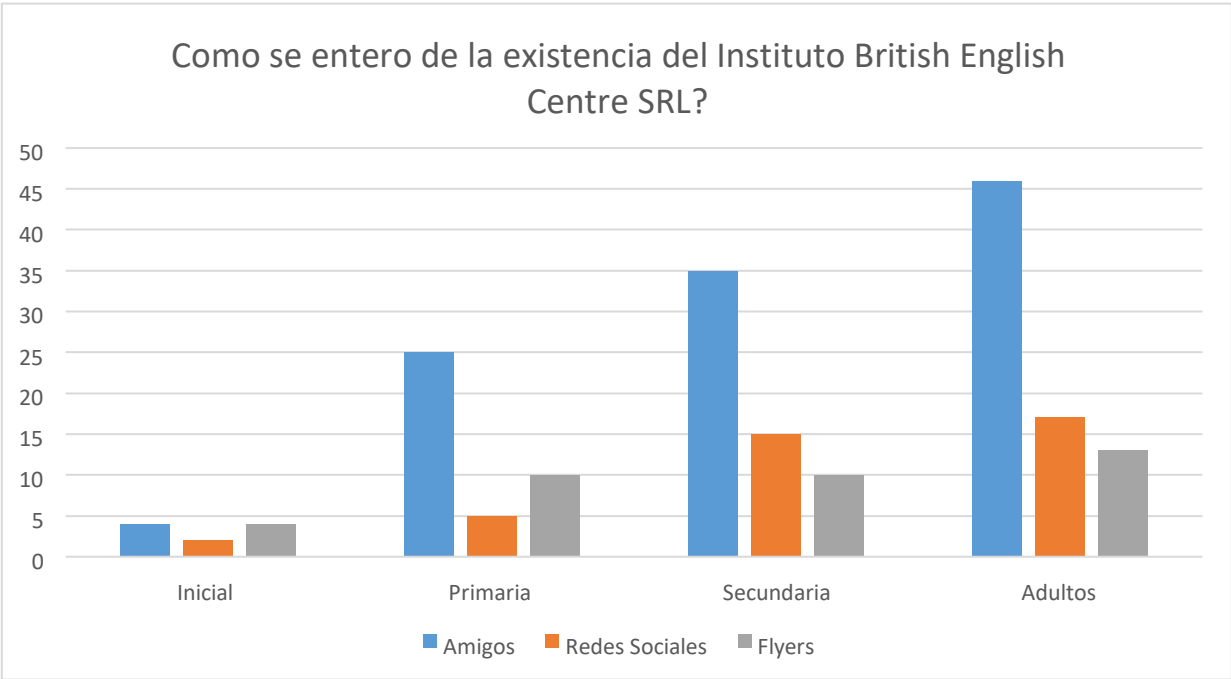
**Se realizaron 200 encuestas a los estudiantes del BEC, entre ellos el 49 % son Varones y el 51% mujeres según los datos que se obtuvo en la tabulación.**



**Gráfico N° 9**

**Fuente: Elaboración Propia.**

**Se realizó una exploración a los Archivos de los estudiantes para ser separados por niveles de educación, entre ellos el 89% son de Nivel adultos, el 60 % Nivel Secundario, 40 % nivel Primaria, 20 % Nivel Inicial, según los datos que se obtuvo en la tabulación.**



## **Gráfico N° 10**

***Fuente: Elaboración Propia.***

***Se realizaron 200 encuestas de preguntas cerradas a los estudiantes del instituto BEC, entre todos los niveles de estudio para saber cómo se enteraron de la existencia del Instituto, según los datos que se obtuvo en la tabulación.***

### **5.3 .- DESARROLLO DE LA PROPUESTA**

Más allá de querer intervenir en las Nuevas Tecnologías de Comunicación, la característica principal es dar a conocer la información referente a los servicios que ofrece el Instituto British English Centre SRL en las redes sociales y a través del diseño de un programa con Planes Estratégico Comunicacional, como nueva tendencia en la era digital.

### **5.4.- CARACTERÍSTICAS DE LA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL**

La característica principal se enfoca en poder postear información referente a los servicios que ofrece el Instituto British English Center SRL, reforzar y afianzar los vínculos de la información tanto externa como interna y activar las actividades en las redes sociales a través de un Plan de Comunicación.

### **5.5.- PROPUESTA DE LA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL**

La propuesta se basa en una comunicación integral que sería el instrumento al servicio de la gestión de un todo, donde se verá por conveniente cumplir los objetivos, donde influyan los conocimientos para que se pueda lograr a través de la comunicación y el apoyo de las nuevas tecnologías.

La Propuesta está ligada a la incorporación del departamento de Comunicación en la Institución, ingresar como Institución a las Redes Sociales, elaborar planes estratégicos para la educación con el uso de las TICs, elaborar manuales para la adaptación del departamento en cuanto al servicio de los públicos internos y externos para la difusión de los Servicios que brinda el Instituto British English Centre SRL.



### **5.5.1.- NIVELES DE PLANIFICACIÓN**

El planeamiento es el concepto general que nos permite ver el análisis descriptivo de desarrollar una mejor situación futura, es decir el proceso de establecer o visualizar un futuro deseado; a su vez el planeamiento tienen tres niveles de desenvolvimiento, el primero es la planeación que está ligado a la capacidad de pensar o diseñar la viabilidad del futuro deseado, es decir trazar un objetivo; pero para que este objetivo pueda desarrollarse se tiene que realizar una planificación estratégica la cual establece metas, indicadores, estrategias y acciones estratégicas; por otro lado lo planificado tiene que ejecutarse en un corto plazo y debe estar proyectado en una programación.

### **5.6.- EL PROYECTO DE INTERVENCION**

El análisis de datos se realizó a través de una sistematización de datos de las encuestas, las cuales fueron tabuladas, donde se extrajeron cuadros de frecuencias para su respectivo análisis y explicación escrita obtenidos en el proceso de investigación en el Instituto British English Centre SRL como corresponde con entrevistas a diferente personal del Instituto, Gerente General, Administrador y Coordinador Académico. Las cuales después de sistematizar, procedió al resumen de análisis documental que complementa al Trabajo Dirigido.

La estructura que se implementó en el desarrollo del Trabajo Dirigido está dividida en las siguientes partes:

1. Fase de Diagnóstico de partida
2. Fase de elaboración
3. Fase de la aplicación de las estrategias de comunicación e información para los públicos Internos y externos



**Grafico N° 11**

### **5.6.1 PRIMERA FASE DEL DIAGNÓSTICO DE PARTIDA**

Luego de realizar la recolección de información del Instituto BEC , verificar y sistematizar la evaluación respecto a su relacionamiento con sus públicos (Estudiantes), se definirán estrategias metodológicas para brindar una solución óptima al planteamiento del problema.

Se realizará el acercamiento institucional para evaluar los procesos comunicacionales del Instituto, así mismo, sus barreras comunicacionales internas y externas.

Se realizó el estudio descriptivo, el cual permitió analizar e identificar a sus públicos, examinando sus necesidades, deficiencias y fortalezas institucionales que posee el Instituto BEC en el ámbito comunicacional.

Según el diagnóstico, el manejo de información es escasa, no posee normas, información completa para que el Instituto pueda comunicar a los estudiantes de los servicios que tiene el Instituto al igual que para el público externo, ya que carece de un Área de Comunicación.

La elaboración del diseño del programa con Planes Estratégico de Comunicación para el Instituto BEC, demandó una serie de procesos a seguir desde la propuesta hasta el producto final, para ello consideró aplicar dicho procedimiento a través del método deductivo y se procedió de la siguiente manera:

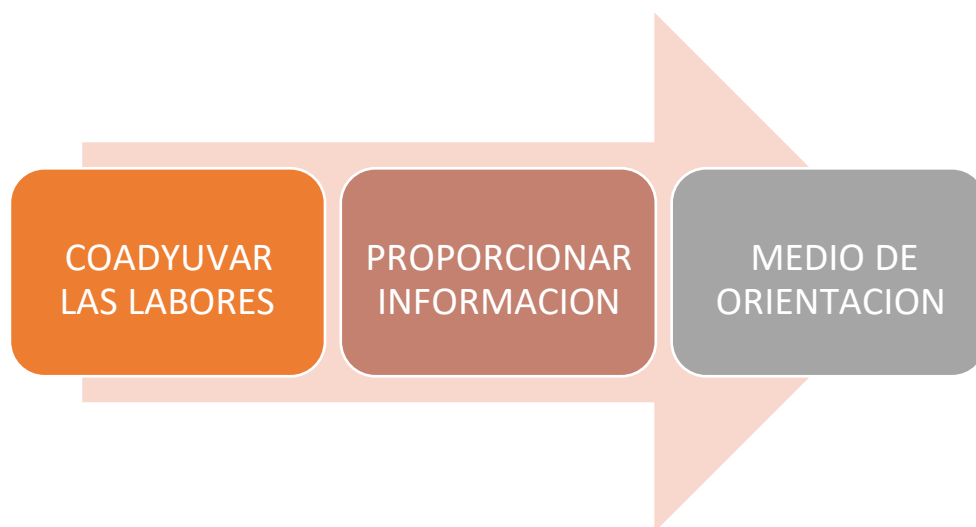
La primera etapa se recolectó información del Instituto BEC , esto para saber exactamente a detalle en qué consiste el Instituto y su objetivo principal.

Posteriormente se hizo los respectivos materiales comunicacionales como manuales para la implementación del Área de Comunicación en BEC como primera instancia.

Objetivos de los manuales, los manuales representan un medio de comunicación para señalar las decisiones administrativas, que tiene como propósito señalar en forma ordenada y sistemática la información. Según su clasificación y grado de detalle, los manuales permiten cumplir con los siguientes objetivos:

- Coadyuvar a la ejecución correcta de las labores encomendadas al personal.
- Proporcionar información básica para la planeación e implantación de las Tics.
- Servir de medio de integración y orientación al personal de nuevo ingreso, facilitando su incorporación a las distintas áreas.

Esta categoría nos muestra los niveles de apropiación tecnológica que van adquiriendo los docentes.



**Grafico N°12**

### **5.6.2.- NIVEL DE ACCESO A LA TECNOLOGÍA**

Cuando los docentes identifican su nuevo contexto educativo y están conscientes en el desarrollo de habilidades pedagógicas y tecnológicas para aplicarlas a nuevas estrategias de enseñanza. Es fundamental que el profesor adquiera ciertas habilidades, conocimientos y actitudes que lo capaciten para aplicar estrategias innovadoras y modelos alternos que incluyan la enseñanza por medio de la TIC proporcionando al alumno un rol activo en su proceso de aprendizaje (González , 2008)

### **5.6.3.- NIVEL DE ADOPCIÓN DE LA TECNOLOGÍA**

Los docentes después de reconocer su nuevo método de trabajo con apoyo de las TIC, deciden desarrollar y optimizar su proceso de aprendizaje del uso de las TIC para la enseñanza de sus asignaturas; es decir, se hacen conscientes de la necesidad de encontrar un sentido didáctico a la incorporación de la tecnología a sus clases. La capacitación y actualización constante de los docentes permite el desarrollo profesional para el fortalecimiento de habilidades y la generación de estrategias para que la transformación de los ambientes de aprendizaje suceda. La integración de la tecnología incluye llevar la teoría educativa en la práctica y en la aplicación de resultados para potenciar la enseñanza (Guzmán y Nussbaum 2009)

### **5.6.4.- NIVEL DE APROPIACIÓN DE LA TECNOLOGÍA.**

Trata cuando los docentes adoptan que la utilización de las TICS es imprescindible dentro de sus prácticas de aula y desarrollan, apoyados de los recursos tecnológicos, herramientas facilitadoras digitales completas, propuestas de aula, estrategias de enseñanza competitiva o proyectos con firmes propósitos pedagógicos y didácticos. Con el Programa de Planes Estratégicos de Comunicación, esta apropiación de la tecnología será realizada por los docentes del Instituto BEC y para eso serán capacitados continuamente para que estén sumergidos en la nueva era de la Digital.

### **5.7.- ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA**

**Integración** (Identificación del problema y vinculación de la herramienta)

El docente como experto de su área debe correlacionar las herramientas TIC con sus contenidos, plan de áreas, resultados de pruebas institucionales y estandarizadas, con el fin de identificar las dificultades a fortalecer mediante la implementación de sus herramientas facilitadoras. La implementación cobra sentido ya que las TICS se convierten en apoyo para el desarrollo de las clases.

## **5.7.1 .- CONSTRUCCIÓN DEL APRENDIZAJE POR ASIGNATURAS**

### **Construcción** (Propuesta de aula)

El maestro una vez capacitado e informado sobre las TICS, planteará el objetivo de aprendizaje que quiere que sus estudiantes alcancen a través de la herramienta facilitadora para el aula y elabora el guion para el desarrollo de la misma.

Se construye la herramienta facilitadora para el aula a través de la técnica planteada en la actividad colaborativa digital, teniendo claridad en el objetivo de aprendizaje y las habilidades que quiere desarrollar en sus estudiantes a través de la misma.

Ahora le toca al estudiante construir su propio conocimiento y darla a entender por medio de esos recursos y aplicaciones que el docente le facilita, para que así el aprendizaje sea en doble dirección, el estudiante adquiere conocimiento y lo aplica y el docente posee el conocimiento y se lo retroalimenta.

## **5.7.2.- IMPLEMENTACIÓN**

El docente a través de una herramienta facilitadora para el aula invita a sus estudiantes a realizar una actividad práctica a través de la metodología de aprender haciendo, en la cual el conocimiento es dado de manera bilateral y desde una metodología colaborativa y participativa por parte del alumno, en esta fase el docente se convierte en un guiador, un mediador o un facilitador, el docente ya posee el conocimiento en cuanto al dominio y manejo de los recursos educativos digitales y la implementación de estos en su proceso de enseñanza en el Instituto BEC.

## **5. 7.3.- PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN**

Las técnicas de investigación determinan los procedimientos prácticos que deben seguirse para llevar a cabo una investigación. Por lo tanto, se trabajó en la elaboración del formato de entrevistas, encuestas, observaciones.

Así mismo los cuestionarios, serán usados como medio de interrogación individual para cada entrevistado. El cuestionario o encuesta tendrán dos tipos de preguntas: Cerradas y Abiertas.



## ENTREVISTA N°1

**NOMBRE :**  
**APELLIDO:**

**EDAD:**  
**CARGO:**

### PREGUNTAS

1. ¿Cuál es su nombre y cargo?
2. ¿Desde cuándo ingreso al Instituto BEC?
3. ¿Qué funciones cumple el BEC?
4. ¿Cuándo se creó BEC y con qué propósito?
5. ¿Qué medios de comunicación utiliza en BEC para que los estudiantes conozcan sobre sus diferentes servicios y actividades que realizan?
6. ¿El Instituto , cada cuanto tiempo entrega información a la plataforma?
8. ¿El Instituto BEC , cuenta con un área de comunicación?
11. ¿Porque cree usted, que no se creó la área de comunicación ?
14. ¿Es suficiente el personal humano con el cual trabaja este Instituto?
15. ¿Cuenta con equipos suficientes para que el área de Comunicación e información pueda trabajar óptimamente?
17. Pasando a otro punto. ¿Cuántas Unidades y Divisiones existe en este Departamento, que Funciones Cumplen?
18. ¿Cuántos son los Estudiantes beneficiados con becas que otorga el Instituto?
19. ¿Qué objetivos quiere alcanzar como Gerente General?



## ENCUESTA N°1

### ENCUESTA SOBRE LA COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN DE BEC

**Mi nombre es ..... pertenezco a la Carrera de Comunicación Social de la UMSA, el objetivo de la presente encuesta es coadyuvar un estudio de investigación para: Estimar cuan informados están los estudiantes, acerca de los servicios que tiene el Instituto BEC**

**NIVEL.....EDAD.....  
.....GÉNERO.....**

**Subraya tú pregunta.**

**1. ¿Conoce la estructura organizativa de la BEC?**

a) SI b) NO

**3. ¿Tiene usted conocimiento de las divisiones del Instituto BEC ?**

a) Administración    b) Contable    c) Coordinación Académica    d) Ninguno

**6. ¿Porque medios te enteraste de los servicios y actividades que ofrece el Instituto BEC ?**

a) Televisión

d) Internet

b) Afiches

e) Amigos

c) Ferias

f) Ninguno

**8. ¿Crees que el Instituto Bec informa sobre los servicios y beneficios que ofrece? a) SI b) NO**

**9. ¿Qué acciones debería tomar el Instituto BEC para mejorar su información hacia los estudiantes de esta casa de estudios?**

.....  
.....  
.....



## ENCUESTA N° 2

### ENCUESTA SOBRE LA COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN DE BEC

**Mi nombre es ..... pertenezco a la Carrera de Comunicación Social de la UMSA, el objetivo de la presente encuesta es coadyuvar un estudio de investigación para: Estimar cuan informados están los estudiantes, acerca de los servicios que tiene el Instituto BEC.**

**NIVEL.....EDAD.....**  
**.....GÉNERO.....**

**Subraya tú pregunta.**

**1. ¿usted conoce sobre los servicios que brinda el Instituto**

**Bec? a) SI b) NO**

**2. ¿Usted como califica el servicio de enseñanza que brinda el Instituto BEC ?**

a) Bueno b) regular c) malo d)sin comentarios

**3. ¿Cómo califica la enseñanza en línea en el Instituto BEC ?**

a) BUENA  
b) REGULAR  
c) MALA

d) INTERESANTE  
e)ABURRIDA  
f) Ninguno

**4. Cree usted que debería contar con un Área de Comunicación el Instituto BEC ?**

a) SI

b) NO

**5. ¿Cuáles serían las recomendaciones para que el Instituto mejore la comunicación en Línea ?**

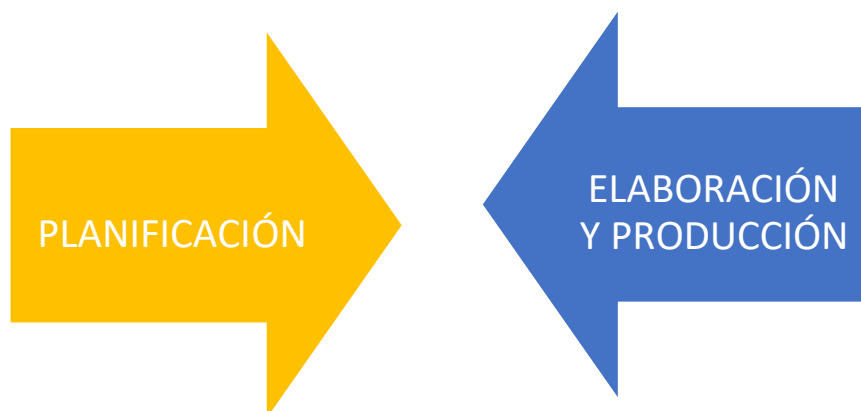
.....  
.....  
.....



#### **5.7.4.- SEGUNDA FASE DE MEDICIÓN E INTERVENCIÓN**

En esta fase se realiza la planificación y posterior ejecución de acuerdo al diagnóstico realizado, cuya misión será potencializar la imagen institucional de acuerdo a lo planteado en los objetivos del Plan Estratégico.

Esta fase se divide en dos partes:



**Grafico N°16**

#### **5.8.- PLANIFICACIÓN**

Planificar y segmentar los públicos, ver sus necesidades comunicacionales, activar el uso de instrumentos de información e implementar el uso de las TIC.



**Grafico N° 17**

### **5.8.1.- ELABORACIÓN Y PRODUCCIÓN**

Creación del programa del Plan estratégico de Comunicación para el Instituto BEC.

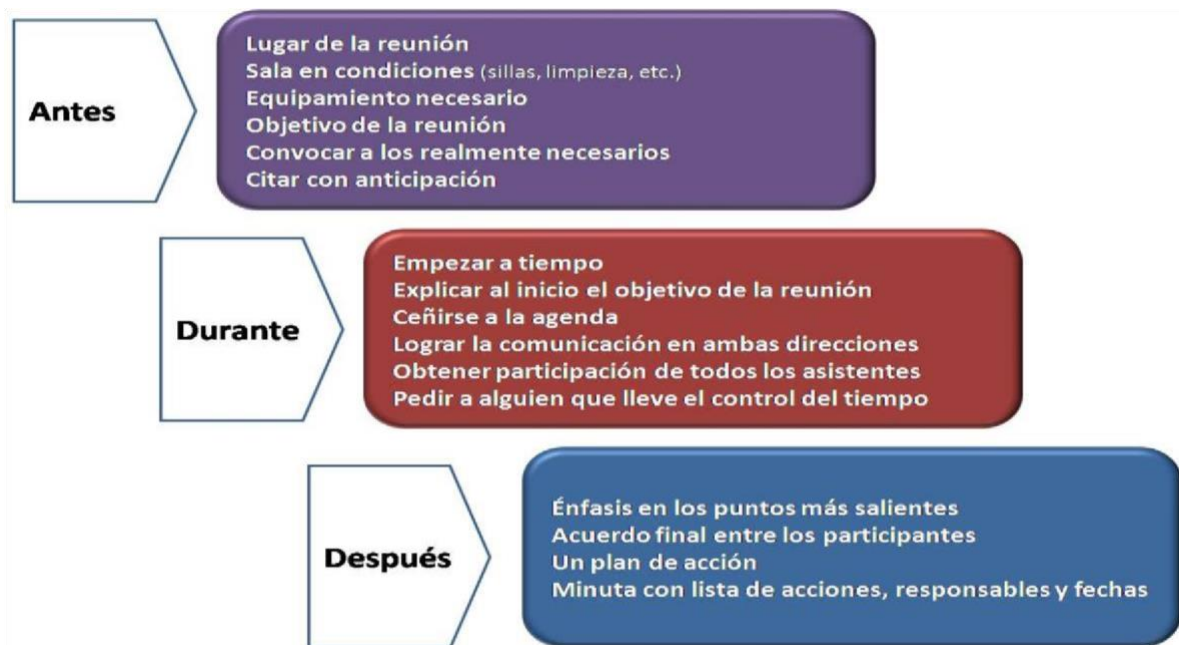
- a) Estrategias de comunicación para públicos internos (Capacitaciones, reuniones)
- b) Elaboración de manuales.
- c) Elaboración de planes estratégicos de comunicación con la implementación de las TIC'S  
para el público externo.

### **5.9.- PROGRAMA DE COMUNICACIÓN PARA PÚBLICOS**

#### **INTERNOS (CAPACITACIONES, REUNIONES).-**

Las estrategias de comunicación para los públicos internos, se centrará principalmente en las capacitaciones de manera continua, para informar a la organización de los planes estratégicos que tiene el Instituto BEC, informar las necesidades que tiene como institución y los requerimientos que tiene conforme a su equipo de trabajo, así mismo estará la implementación de reuniones mensuales para calificar de manera óptima el rendimiento del plantel docente administrativo.

Las capacitaciones para los profesores del BEC serán mensuales, para que las estrategias comunicacionales sean aplicadas al comienzo de cada Term. es decir cada inicio de clases.



**Grafico N° 18**

### **5.9.1 .- ELABORACIÓN DE MANUALES.-**

La elaboración de manuales para la Comunicación Interna de la Institución será con el objetivo de un buen manejo de las herramientas y estrategias de comunicación en el área de Comunicación, una vez que este implementada esta área en el Instituto BEC.

Dicho manual será de gran ayuda, para que se realicen las actividades de difusión de mensajes, organización de reuniones, capacitaciones y poder ayudar de buena manera al posicionamiento de la Institución.

## MANUAL DE FUNCIONES




	DIA	MES	AÑO
ELABORADO			

UNIDAD ADMINISTRATIVA	
DOCUMENTOS	

<b>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</b>	
NOMBRE DEL CARGO	
PERSONAS QUE OCUPAN EL CARGO	
JEFE DIRECTO	
RESPONSABILIDADES	
FUNCIONES	
CARCATERISTICAS	
RELACIONES INTERNAS	
RELACIONES EXTERNA	
<b>PER FIL</b>	

<b>FORMACION ACADEMICA</b>	
<b>IDIOMAS</b>	
<b>EXPERIENCIAS</b>	
<b>CURSOS</b>	
<b>HABILIDADES Y COMPETENCIAS</b>	
<b>COMPROMISO CON LA EMPRESA</b>	
<b>JORNADA LABORAL</b>	

**Gráfico N°19**

	<b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</b>	<b>PAGINA : 1/1</b>
	<b>NOMBRE DE PROCEDIMIENTO</b>	<b>FECHA:</b>
<b>REVISION : 0</b>		<b>CODIGO</b>
<b><u>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</u></b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ PROPOSITO.- PORQUE EXISTE, QUE QUEREMOS. NOS AYUDA COMO INTRODUCCION</li>   <li>○ ALCANCE: AREAS – DISTRITOS GEOGRAFICO, GERENCIA, TODA EMPRESA, AREA DE COMUNICACIÓN</li>   <li>○ DEFINICIONES: PALABRAS POCO USUALES-, PARA TODOS: GLOSARIO, EXPLICAR LOS TERMINOS</li>   <li>○ REFERENCIAS : OTROS DOCUMONUTOS MANUALES, FUNCIONES, POLITICAS, NORMAS</li>   <li>○ RESPONSABILIDADES: CUMPLIR Y HACER CUMPLIR: JEFE DE COMUNICACIÓN</li>   <li>○ DESCRIPCION DE LAS ACTIVIDADES:</li>   <li>○ HACER UNA TABLA</li>   <li>○ RESPONSABLE – TAREAS – DESCRIPCION – DOCUMENTOS DE SALIDA : ELEMENTOS</li>   <li>○ DIAGRAMAS DE FLUJOS: GRAFICO AYUDA A LA DESCRIPCION</li>   <li>○ ANEXOS</li> </ul>		

**Grafico N°20**

## **ELABORACIÓN DE MANUALES**

### **5.9.2.- Objetivo General:**

Administrar los flujos de información de BEC, con una identidad propia, respondiendo a una estrategia que coherente a las necesidades específicas de la Corporación en el tema de comunicación, adecuando herramientas impresas, audiovisuales y digitales para asegurar la interacción con sus públicos y la difusión del mensaje deseado.

### **5.9.3.- Objetivos específicos**

- a) Asegurar la interacción y contacto entre BEC y sus diferentes áreas.
- b) Mantener una permanente interacción con los medios de comunicación.
- c) Generar estrategias orientadas al fortalecimiento en las actividades de promoción.
- d) Mantener permanente contacto con los públicos de la Corporación, velando por sus necesidades y apreciaciones sobre los procesos corporativos.
- e) Alimentar constantemente los canales de comunicación de BEC, asegurando siempre la actualidad y la transparencia en la información manejada.

### **5.9.4 .- LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS TIC´S PARA EL PÚBLICO EXTERNO.-**

La elaboración de planes estratégicos de comunicación con la implementación de las Tics para el público Externo, estará a cargo del Departamento de comunicación que será implementado a largo plazo en la Institución, de esta manera ayudara a difundir de una manera óptima, los servicios que tiene el Instituto, de una manera clara, sencilla y eficaz.

### **5.9.5.- BOLETINES INFORMATIVOS BIMENSUALES**

Este medio de comunicación está disponible para cualquier empresa para que publique información que considere oportuna.

Difusión: Vía correo electrónico.

Fecha de publicación: Primera semana de cada mes impar.

Contenidos: El boletín informativo cuenta con las siguientes secciones:

- Editorial: Redacción y tema elegido por el Gerente General de BEC.
- Noticias de las líneas de desarrollo: Una noticia por cada línea (Cursos, Exámenes de competencia, Cursos particulares)
- Novedades: Espacio para anunciar nuevos, logros de objetivos, noticias de interés relacionadas con BEC.
- Destacado: Se reconoce la gestión y apoyo de una determinada de la Institución BEC con una reseña de las actividades.

Dimensiones: Tamaño catálogo 20,5 cms de ancho por 6,5 cms de alto.

Extensión: Mínimo una página, máximo tres páginas. 76



# BOLETÍN



## INFORMATIVO



LA DIRECCION DEL INSTITUTO BRITISH ENGLISH CENTRE SRL, EN COORDINACION Y APOYO DE EL CENTRO DE ETS - TOEFL, PROMUEVE LA EDUCACION DEL DEPARTAMENTO DE LA PAZ, DANDO INICIO A LOS EXAMENES DE COMPETENCIA.

EN ESTE BOLETIN PRESENTAMOS LAS FECHAS SEÑALADAS PARA DICHO EXAMEN PARA EÑ PRIMER TRIMESTRE GESTION 2022.

25 -01-22  
15 - 02-22  
06 -03-22

INFORMES  
:  
61000913



**Grafico N°21**

**Boletín Informativo**

**bec** BRITISH ENGLISH CENTRE SRL

ESTUDIA CON NOSOTROS Y APRENDE INGLÉS...!!!

INGLES BRITANICO

- INICIAL
- PRIMARIA
- SECUNDARIA
- ADULTOS

**INICIO DE CLASES**  
02 DE AGOSTO 2021

CONTACTOS: 61000913

**bec** INSTITUTO BRITISH ENGLISH CENTRE SRL

CLASES EN LINEA ESTAMOS EN PANDEMIA PERO CON EDUCACION ...

**INICIO DE CLASES**  
02 DE AGOSTO 2021

ENGLISH FOR WORK

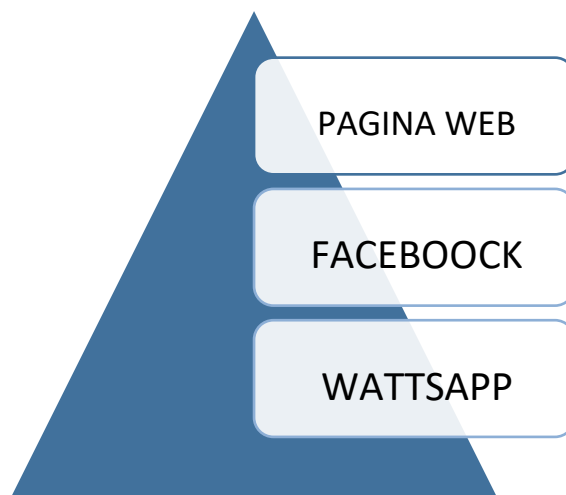
- Cursos de ingles
- Clases Particulares
- Profesores Certificados

INFORMES: 61000913  
BRITISH ENGLISH CENTRE  
SRL – BEC

### **5.9.6.- ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO EN REDES SOCIALES:**

Las redes sociales se han convertido en una de las principales plataformas de difusión, promoción y discusión para eventos y actividades de todo tipo, además de ser un acceso fácil y más personal con el público en general.

Características: Perfiles en redes sociales como Facebook o Página web oficial de la Institución.



**Gráfico N°24**

#### **5.9.6.1.-PAGINA WEB.-**

La creación del sitio web para el Instituto British English Centre SRL, tendrá como objetivo de alcanzar en gran magnitud a los seguidores y posibles clientes a nivel Mundial, Un sitio web ideal para la Institución puede ser la página web home, la cual está más acorde a lo que queremos reflejar entre ellas tiene diferentes características como ser: ¿quiénes somos?, política de privacidad, página de contacto, página de servicio, etc.



**Gráfico N°25 - PAGINA WEB**

### 5.9.6.2.- FACEBOOCK. -

Objetivo del canal Compartir información sobre BEC y temas relacionados con sus proyectos y gestión, para dar cuenta de su gestión y promover entre sus seguidores una fuente de información.

El público objetivo puede contener los siguientes perfiles:

- Estudiantes universitarios.
- Profesionales en diferentes áreas.
- Empresas interesadas para la formación de sus empleados con el idioma.

#### 5.9.6.2.1- RECOMENDACIONES:

- Cada día tendrá de 8 a 10 publicaciones.



- En este canal se debe dar prioridad a las imágenes y videos generados desde BEC.
- Los infográficos son una herramienta útil para este medio, gráficamente comunica información importante, generando mayor interés entre los seguidores, permitiéndoles compartir los contenidos.



Gráfico N° 26

#### 5.9.6.4. - WATTSAP

- Esta herramienta de trabajo será realizada solamente como un medio institucional y dirigido por el responsable del Área de Comunicación.
- Los responsables de la administración de los grupos será el Área de Comunicación.
- La información que circule por este servicio de mensajería instantánea deberá ser obligatoriamente solo de tipo institucional.

- ° Es de carácter obligatorio la aceptación del colaborador para ser incluido dentro de los grupos de WhatsApp cuando la Institución provea un plan celular (gerentes y encargados de áreas)
- ° El WhatsApp como herramienta de trabajo, debe ser incluido con el consentimiento del trabajador siempre y cuando su línea no sea corporativa.
- ° El Uso del WhatsApp debe ser en el horario establecido para el cumplimiento de funciones y será de responsabilidad del emisor solo con fines laborales.

### **5.9.5.5.- RECURSOS AUDIOVISUALES**

#### **Video 1°**

**Título:** INSTITUTO BRITISH ENGLISH CENTRE

**Audiencia:** Dirigido al público externo

**Mensaje:** Los objetivos del Instituto BEC.

**Concepto:** “Somos un Centro de estudios privado en Bolivia, que desea brindar a la población la enseñanza del idioma Inglés Británico, con la capacidad y plan docente administrativo de calidad, de esta manera contribuir a una educación alternativa para todos los interesados en esta casa de estudios.

**Herramientas:** Producido con fotografías y videos de archivo con voz en off , bajo el manejo del Profesional Responsable el área de Comunicación .

**Guion técnico:**

<b>PLANO</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>ÁNGULO</b>	<b>SONIDO</b>	<b>VOZ EN OFF</b>
1	Plano general de las siglas BEC , de fondo un plano general la fachada del predio	Contrapicado	Música de archivo	
2	Plano de la palabra MISIÓN, de fondo un plano general de una bandera de EEUU	Contrapicado	Música de archivo	
3	Plano general del interior de los predios ( recepción)	Normal	Música de archivo	Somos una entidad al servicio de la educación
4	Plano general de las aulas	Normal	Música de archivo	Para el aprendizaje del idioma Inglés Británico
5	Plano detalle de estudiantes en centro de computadoras	Normal	Música de archivo	Contamos con los mejores equipos para nuestros estudiantes
6	Plano general del plantel docente	Normal	Música de archivo	Personal capacitado de alta calidad
7	Plano medio de la administradora con un estudiante	Normal	Música de archivo	Orientación brindada las 24 horas
8	Plano medio del coordinador académico	Normal	Música de archivo	Con los mejores espacios para la educación
9	Plano general del logo del Instituto BEC	Normal	Música de archivo	Ven y se parte de los mejores... Instituto BEC a tu servicio.

**Grafico N° 27**

### **5.10 .- TERCERA FASE EVALUACIÓN FINAL**

El resultado de la Tercera fase de Evaluación final se obtuvo una vez finalizada la propuesta de la Creación del Programa del Plan de Comunicación en el Instituto British English Centre SRL a largo plazo.

### **6.- CONCLUSIONES Y / O RECOMENDACIONES**

El trabajo realizado para el Instituto British English Centre SRL, nos dio a conocer que el Uso de las nuevas Tecnologías de Comunicación e Información, son necesarias para cualquier tipo de Empresa e Institución, para el fortalecimiento de la entidad y la comunicación externa e interna, es necesario afianzar la comunicación con la Organización y con los públicos externo y es pertinente la utilización de estrategias comunicacionales a base de las TIC para mejorar los flujos internos y externos.



## ANEXOS



### **ENTREVISTA N°1**

**NOMBRE :**  
**APELLIDO:**

**EDAD:**  
**CARGO:**

#### PREGUNTAS

1. ¿Cuál es su nombre y cargo?
2. ¿Desde cuándo ingreso al Instituto BEC?
3. ¿Qué funciones cumple el BEC?
4. ¿Cuándo se creó BEC y con qué propósito?
5. ¿Qué medios de comunicación utiliza en BEC para que los estudiantes conozcan sobre sus diferentes servicios y actividades que realizan?
6. ¿El Instituto , cada cuanto tiempo entrega información a la plataforma?
8. ¿El Instituto BEC , cuenta con un área de comunicación?
11. ¿Porque cree usted, que no se creó la área de comunicación ?
14. ¿Es suficiente el personal humano con el cual trabaja este Instituto?
15. ¿Cuenta con equipos suficientes para que el área de Comunicación e información pueda trabajar óptimamente?
17. Pasando a otro punto. ¿Cuántas Unidades y Divisiones existe en este Departamento, que Funciones Cumplen?
18. ¿Cuántos son los Estudiantes beneficiados con becas que otorga el Instituto?
19. ¿Qué objetivos quiere alcanzar como Gerente General?

## **RESPUESTAS.-**

Lic. Elizabeth Lacio Torrez

Cargo: Gerente General

1.- ¿Cuál es su nombre y cargo?

R.- Elizabeth Lacio Torrez , soy Gerente General del Instituto British English Centre SRL.

2. ¿Desde cuándo ingreso al Instituto BEC?

R: Prácticamente desde que se creó el Instituto, puesto que soy la Dueña de la Institución.

3.- ¿Qué funciones cumple el BEC?

R.- El instituto BEC, fue creado con la finalidad de ayudar a las personas que están interesadas en aprender un idioma, en este caso hablamos del Idioma Inglés Británico, el idioma mas puro en cuanto a Ingles y de esta manera a realizar la colaboración con los estudiantes en cuanto a los exámenes de competencia que tenemos.

4. ¿Cuándo se creó BEC y con qué propósito?

Se creó hace más de 8 años , con la finalidad de como dije anteriormente ayudar y capacitar de la mejor manera a los estudiantes con profesores nativos para que puedan aportar con la enseñanza del Idioma.

5. ¿Qué medios de comunicación utiliza en BEC para que los estudiantes conozcan sobre sus diferentes servicios y actividades que realizan?

Actualmente estamos utilizando medios digitales como el Facebook que de una u otra manera tiene un gran alcance y mayormente nos basamos en la experiencia, nuestros alumnos vinieron a la Institución, mediante recomendaciones y eso es muy gratificante para nosotros.

6. ¿El Instituto, cada cuanto tiempo entrega información a la plataforma?

Lo realizamos cada mes, pero hoy por hoy tratamos que la información sea mas actualizada.

7. ¿El Instituto BEC , cuenta con un área de comunicación?

No, no cuenta con esta Área.

8 . ¿Porque cree usted, que no se creó la área de comunicación?

En el transcurso del tiempo que estamos vigentes como Institución, son se creyó conveniente porque teníamos alumnado que venían por recomendaciones.

9. ¿Es suficiente el personal humano con el cual trabaja este Instituto?

Si, trabajamos con un plantel docente administrativo, capacitado y con el área contable y administrativo que da abasto a las funciones que requiere la Institución.

10. ¿Cuántos son los Estudiantes beneficiados con becas que otorga el Instituto?

Contamos con un 10 % aproximadamente de estudiantes becados y también otorgamos descuentos a los hermanos que estudian en el Instituto.

11. ¿Qué objetivos quiere alcanzar como Gerente General?

Coordinar de la mejor manera la Institución para que pueda brindar los servicios como hasta ahora y obviamente mejorar día a día por nuestros clientes.

## **ENTREVISTA N°2**

### **RESPUESTAS:**

1.- ¿Cuál es su nombre y cargo?

Jhanneth Rojas Valdivia, soy Administradora del Instituto BEC.

2.- ¿Desde cuándo ingreso a la Sección de Administradora?

Estoy en la institución hace 5 años .

3.- ¿Qué funciones cumple la Administración?

Como su nombre lo indica Administro todo lo referente a la Institución, desde el punto interno y externo de la Organización.

4.- ¿Cuándo se creó esta Área y con qué propósito?

Es importante para cualquier institución contar con este tipo de Área para que pueda hacer posible una buena administración de los recursos humanos.

5.- ¿Qué medios de comunicación utiliza esta Área para que los Estudiantes conozcan sobre sus diferentes servicios?

Comunico todo lo concerniente por los medios más utilizados actualmente que es el WhatsApp y por el Facebook.

6.- ¿La Sección de Administración, cada cuanto tiempo entrega información a la plataforma de informaciones de BEC?

Cada semana o si es posible y muy importante cada día, se les informa de los diferentes acontecimientos.

7. ¿Esta Sección cómo hace llegar sus notas informativas de las actividades y servicios que realizan, a los medios de comunicación que existen dentro de BEC?

Como administradora, trato de tenerlos al tanto a todos los estudiantes y a los papas de ello mediante los medios ya mencionados.

8.- ¿La Sección de Administración, trabaja continuamente con el área de Comunicación de BEC, o trabajan independientemente?

No contamos con dicha área.

9.- ¿Cree usted que un área de comunicación es importante para esta Sección?

Yo creo que sería importante para todo el Instituto en General.

10 . ¿Qué objetivos quiere alcanzar como Administradora de BEC ?

Tener todo en orden como hasta ahora para realizar un buen trabajo para el Instituto y nuestros clientes.

### **ENTREVISTA N°3**

#### ***Preguntas:***

1. ¿Cuál es su nombre y cargo?

2. ¿Desde cuándo ingreso al cargo de Coordinador académico ?
3. ¿Qué funciones cumple como coordinador Académico?
4. ¿Cuándo se creó esta Área y con qué propósito?
5. ¿Qué medios de comunicación utiliza esta Área para que los Estudiantes conozcan sobre sus diferentes servicios?
6. ¿La Sección de Coordinación Académica , cada cuanto tiempo entrega información a la plataforma de informaciones de BEC?
7. ¿El coordinador académico , trabaja continuamente con el área de Comunicación de BEC, o trabajan independientemente?
8. ¿Cree usted que un área de comunicación es importante para esta Sección?
9. ¿Qué objetivos quiere alcanzar como jefe de esta sección?

### ***RESPUESTAS***

1. ¿Cuál es su nombre y cargo?

Mi nombre es Juan Torrealba y soy Coordinador académico del instituto BEC.

- 2.-¿Desde cuándo ingreso al cargo de Coordinador académico ?

En el cargo actual que me encuentro, estoy alrededor de 4 años.

3. ¿Qué funciones cumple como coordinador Académico?

Mi cargo esta al tanto de la coordinación con los estudiantes, es decir , si abría algún problema académico se tiene que hablar conmigo para buscar una solución a todo lo que acontece.

4. ¿Cuándo se creó esta Área y con qué propósito?

El Área de Coordinación Académica está vigente por lo menos unos 7 años, porque es importante que un theacher este al tanto de los problemas de los estudiantes.

5. ¿Qué medios de comunicación utiliza esta Área para que los Estudiantes conozcan sobre sus diferentes servicios?

Nos comunicamos con el área de Administración y Gerencia mediante WhatsApp. En cuanto a los servicios de BEC se encargan de subir información a la página de Facebook.

6. ¿La Sección de Coordinación Académica, cada cuanto tiempo entrega información a la plataforma de informaciones de BEC?

Se entrega un informe mensual de las actividades que se realizaron al área de administración.

7. ¿El coordinador académico, trabaja continuamente con el área de Comunicación de BEC, o trabajan independientemente?

Trabajo independiente porque no contamos aun con el Área de Comunicación.

8. ¿Cree usted que un área de comunicación es importante para esta Sección?

Si, me parecería una buena opción para que así como Institución se pueda lograr llegar a más gente y de esta manera tener más alumnado.

9. ¿Qué objetivos quiere alcanzar como jefe de esta sección?

El principal objetivo es brindar la ayuda y orientación a los estudiantes que lo requieran.



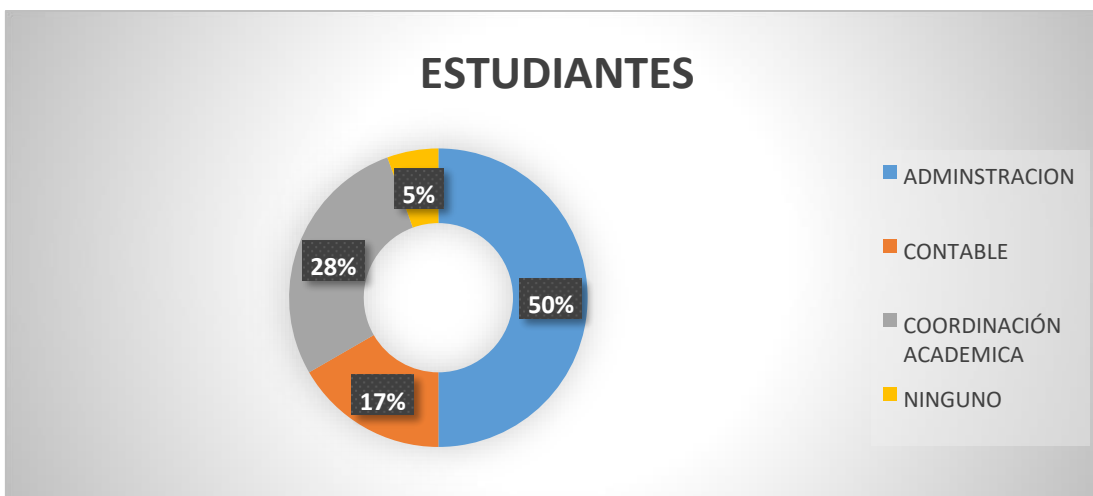
## RESPUESTAS TABULADAS.-

### 1. ¿Conoce la estructura organizativa de la BEC?



En esta grafica pudimos observar que el 60 % de los estudiantes no están al tanto de la estructura organizativa del Instituto BEC.

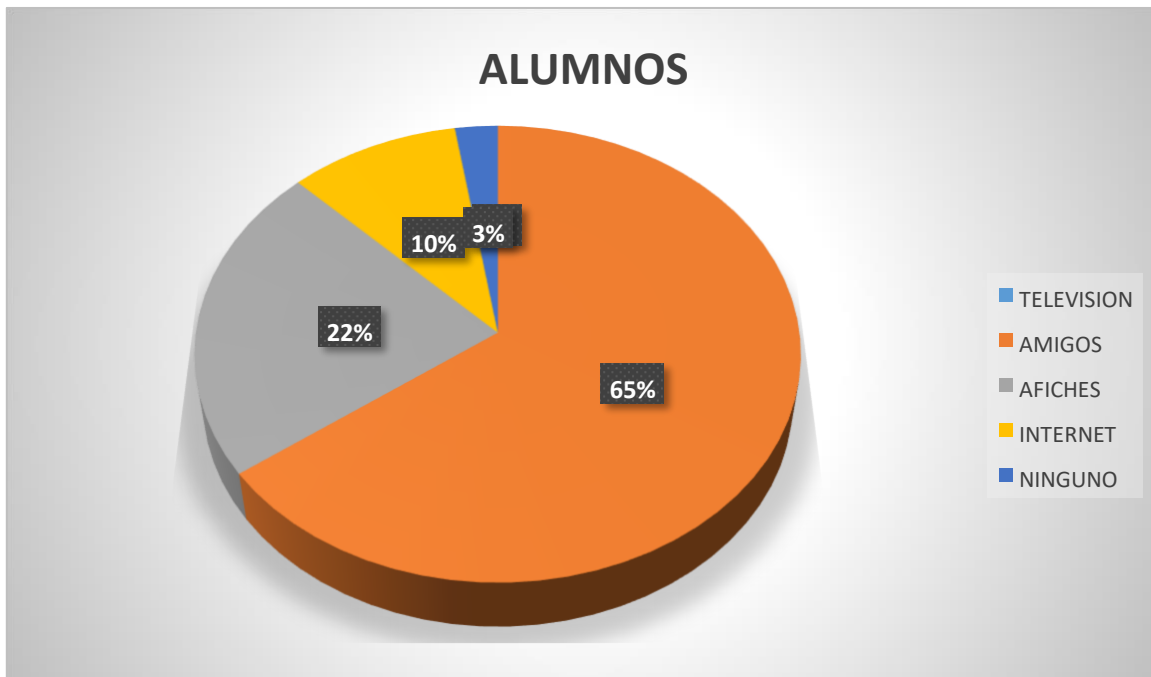
### 2. ¿Tiene usted conocimiento de las divisiones del Instituto BEC ?





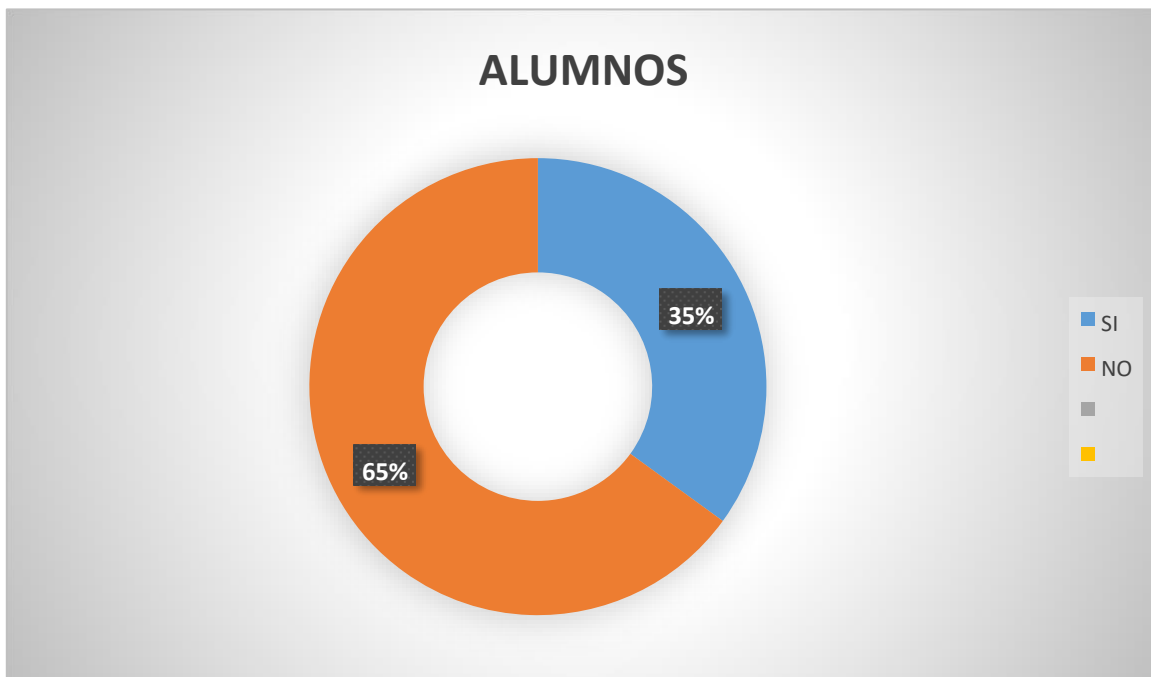
En esta grafica se pudo constatar que el 50% sabe que existe el Área de administración, un 17 % conoce el área de contabilidad , un 28 % el área de coordinación académica y 5 % no conoce en lo absoluto si existen otras unidades en el Instituto BEC

3. ¿Porque medios te enteraste de los servicios y actividades que ofrece el Instituto BEC ?



*En la grafica que mostramos su pudo observar que el 65% de los estudiantes tuvieron conocimiento del Instituto por el dato de amigos, es decir por referencia, el 22 % mediante afiches , que se tomaban en cuenta cuando existía clases presenciales, un 10 % del alumnado mediante internet, solamente con el medio Facebook y un 3 % no se enteró por ningún medio ya mencionado.*

**4. ¿Crees que el Instituto BEC informa sobre los servicios y beneficios que ofrece?**



*Según la gráfica presente se pudo constatar que un 65 % de los alumnos afirma que no existe información del Instituto BEC.*



## ENCUESTA N° 2

### ENCUESTA SOBRE LA COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN DE BEC

**Mi nombre es ..... pertenezco a la Carrera de Comunicación Social de la UMSA, el objetivo de la presente encuesta es coadyuvar un estudio de investigación para: Estimar cuan informados están los estudiantes, acerca de los servicios que tiene el Instituto BEC.**

**NIVEL.....EDAD.....**  
**.....GÉNERO.....**

**Subraya tú pregunta.**

**1. ¿usted conoce sobre los servicios que brinda el Instituto**

**Bec? a) SI b) NO**

**2. ¿Usted como califica el servicio de enseñanza que brinda el Instituto BEC ?**

a) Bueno b) regular c) malo d)sin comentarios

**3. ¿Cómo califica la enseñanza en línea en el Instituto BEC ?**

a) BUENA  
b) REGULAR  
c) MALA

d) INTERESANTE  
e)ABURRIDA  
f) Ninguno

**4. Cree usted que debería contar con un Área de Comunicación el Instituto BEC ?**

a) SI

b) NO

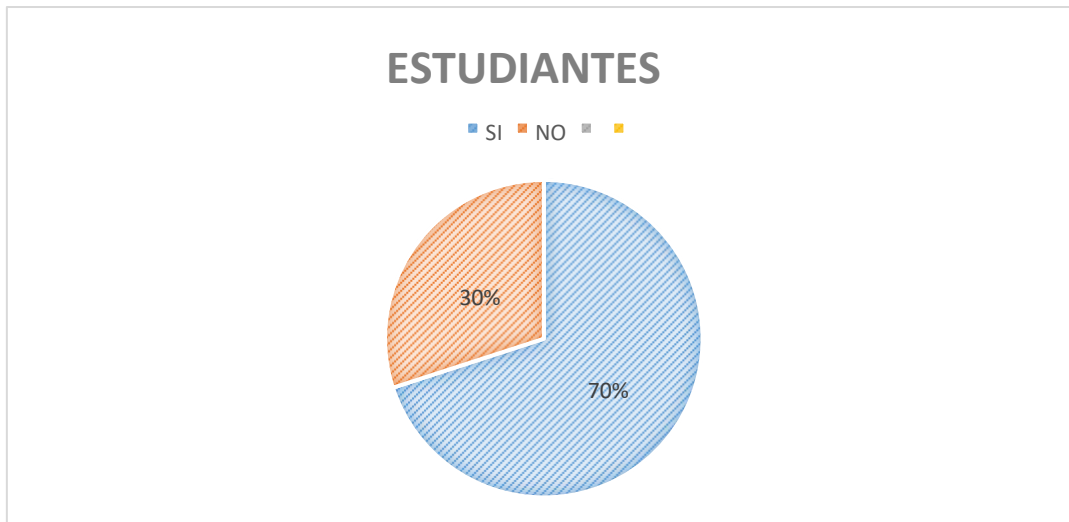
**5. ¿Cuáles serían las recomendaciones para que el Instituto mejore la comunicación en Línea ?**

.....  
.....  
.....

## RESPUESTAS TABULADAS

### 1. ¿usted conoce sobre los servicios que brinda el Instituto BEC?

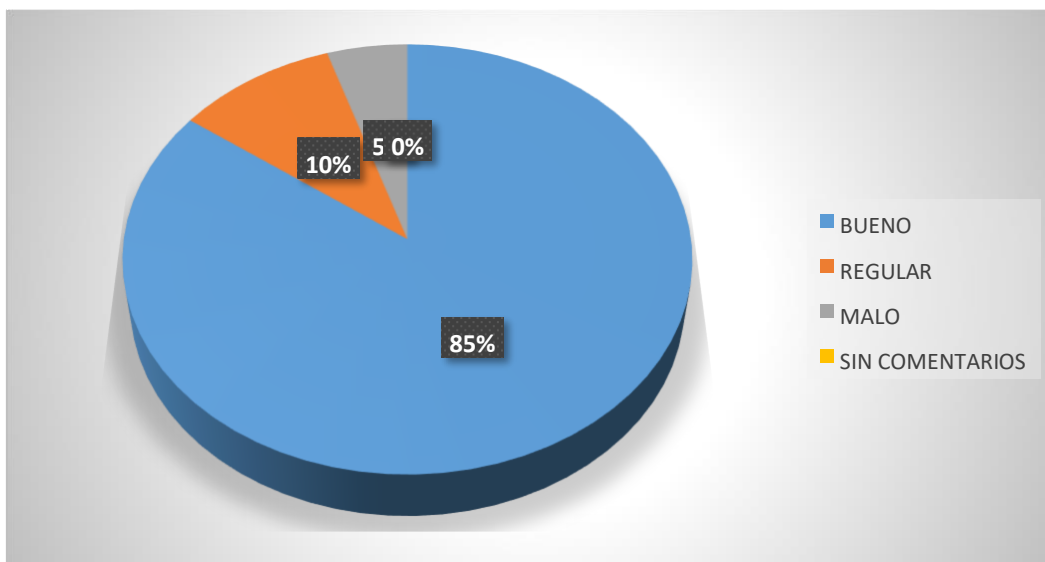
a) SI b) NO



El 70% de los estudiantes del Instituto BEC , indicaron que no conocen consecutivamente los servicios y beneficios que ofrece el Instituto.

### 2. ¿Usted cómo califica el servicio de enseñanza que brinda el Instituto BEC ?

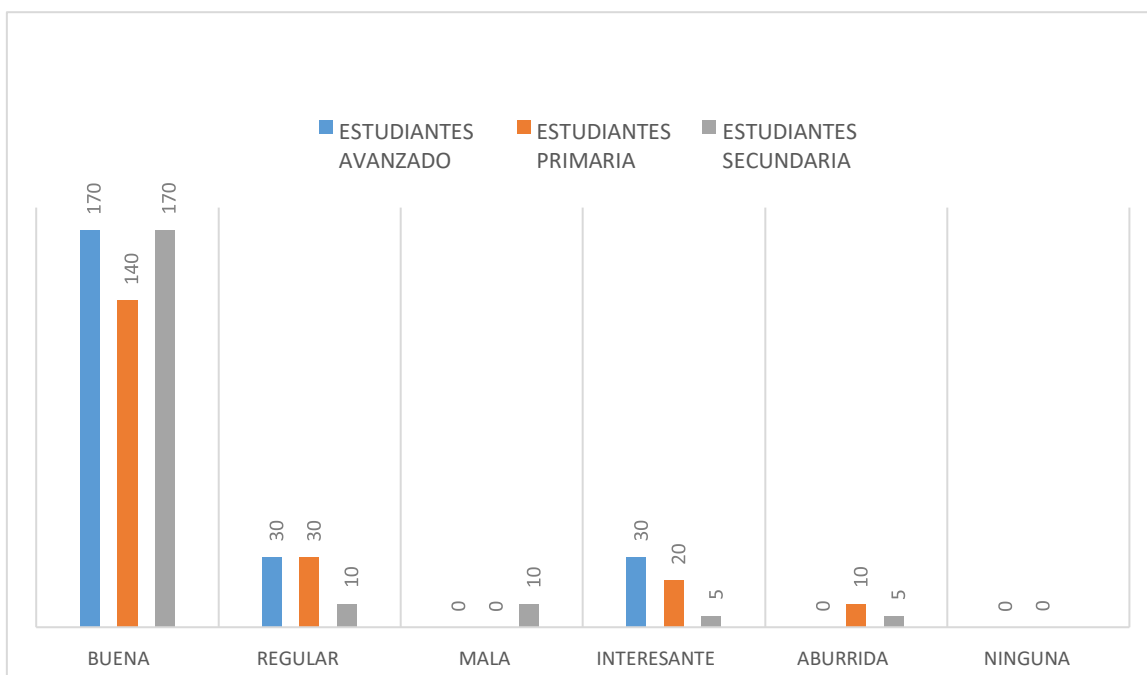
a) Bueno b) regular c) malo d) sin comentarios



**El 85% de los estudiantes del Instituto BEC afirma que la educación es Buena.**

**3. ¿Cómo califica la enseñanza en línea en el Instituto BEC ?**

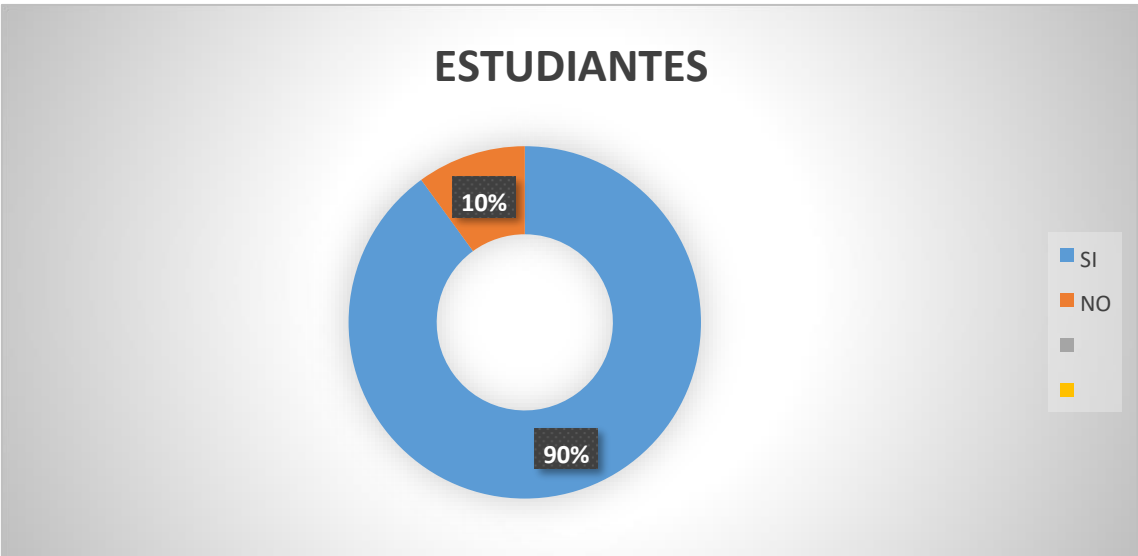
- a) BUENA
- b) REGULAR
- c) MALA
- d) INTERESANTE
- e) ABURRIDA
- f) Ninguno



**En el grafico se muestra que en los tres niveles que se hizo la encuesta, afirman que la comunicación que brinda el Instituto BEC es buena.**

**4. Cree usted que debería contar con un Área de Comunicación el Instituto BEC ?**

- a) SI
- b) NO



**El 90% de los estudiantes del Instituto BEC, indicaron que se debería contar con un Área de Comunicación .**

**5. ¿Cuáles serían las recomendaciones para que el Instituto mejore la comunicación en Línea?**

.....  
.....  
.....

## MANUAL DE FUNCIONES




	DIA	MES	AÑO
ELABORADO			

UNIDAD ADMINISTRATIVA	
DOCUMENTOS	

<i>DESCRIPCIÓN DEL CARGO</i>	
NOMBRE DEL CARGO	
PERSONAS QUE OCUPAN EL CARGO	
JEFE DIRECTO	
RESPONSABILIDADES	
FUNCIONES	
CARCATERISTICAS	
RELACIONES INTERNAS	
RELACIONES EXTERNA	
<i>P ERFIL</i>	
FORMACION ACADEMICA	
IDIOMAS	

<b>EXPERIENCIAS</b>	
<b>CURSOS</b>	
<b>HABILIDADES Y COMPETENCIAS</b>	
<b>COMPROMISO CON LA EMPRESA</b>	
<b>JORNADA LABORAL</b>	



	<b>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</b>	<b>PAGINA : 1/1</b>
	<b>NOMBRE DE PROCEDIMIENTO</b>	<b>FECHA:</b>
<b>REVISION : 0</b>		<b>CODIGO</b>
<b><u>MANUAL DE PROCEDIMIENTOS</u></b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ <b>PROPOSITO.- PORQUE EXISTE, QUE QUEREMOS. RESUMEN NOS AYUDA COMO INTRODUCCION</b></li>   <li>○ <b>ALCANCE: AREAS – DISTRITOS GEOGRAFICO, GERENCIA, TODA EMPRESA, AREA DE COMUNICACIÓN</b></li>   <li>○ <b>DEFINICIONES: PALABRAS POCO USUALES-, PARA TODOS: GLOSARIO, EXPLICAR LOS TERMINOS</b></li>   <li>○ <b>REFERENCIAS : OTROS DOCUMENTOS MANUALES, FUNCIONES, POLITICAS, NORMAS: QUE SE HABLARA MAS ADELANTE, HACER REFERENCIA A LOS DOCUMENTOS</b></li>   <li>○ <b>RESPONSABILIDADES: CUMPLIR Y HACER CUMPLIR: JEFE DE COMUNICACIÓN</b></li>   <li>○ <b>DESCRIPCION DE LAS ACTIVIDADES:</b></li>   <li>○ <b>HACER UNA TABLA</b></li>   <li>○ <b>RESPONSABLE – TAREAS – DESCRIPCION – DOCUMENTOS DE SALIDA : ELEMENTOS</b></li>   <li>○ <b>DIAGRAMAS DE FLUJOS: GRAFICO AYUDA A LA DESCRIPCION</b></li>   <li>○ <b>ANEXOS</b></li> </ul>		



**MANUAL DE PROCEDIMIENTOS**

**PAGINA : 1/1**

**NOMBRE DE PROCEDIMIENTO**

**FECHA:**

**REVISION : 0**

**CODIGO**

**MANUAL DE PROCEDIMIENTOS**

- **PROPOSITO.- PORQUE EXISTE, QUE QUEREMOS. RESUMEN NOS AYUDA COMO INTRODUCCION**
  
- **ALCANCE: AREAS – DISTRITOS GEOGRAFICO, GERENCIA, TODA EMPRESA, AREA DE COMUNICACIÓN**
  
- **DEFINICIONES: PALABRAS POCO USUALES-, PARA TODOS: GLOSARIO, EXPLICAR LOS TERMINOS**
  
- **REFERENCIAS : OTROS DOCUMENTOS MANUALES, FUNCIONES, POLITICAS, NORMAS: QUE SE HABLARA MAS ADELANTE, HACER REFERENCIA A LOS DOCUMENTOS**
  
- **RESPONSABILIDADES: CUMPLIR Y HACER CUMPLIR: JEFE DE COMUNICACIÓN**
  
- **DESCRIPCION DE LAS ACTIVIDADES:**
  
- **HACER UNA TABLA**
  
- **RESPONSABLE – TAREAS – DESCRIPCION – DOCUMENTOS DE SALIDA : ELEMENTOS**

- **DIAGRAMAS DE FLUJOS: GRAFICO AYUDA A LA DESCRIPCION**



## FUENTES DE CONSULTAS

### REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Ariza Rodríguez Cindy Mariana, (Santos ARP, Díaz, y Alfaro, 2016)

Las TIC y las TAC dentro de la educación para comunicadores sociales y periodistas: el nuevo reto del perfil profesional

- AURILIA TAMMENTYN 1997 PAG 57.

- CAMACHO Teodora, (2003).

“Apuntes sobre Comunicación y Educación” Ed. UMSA, La Paz-Bolivia, p. 4 ○

CAPRIOTI, Paul. (1992).

“La Imagen de la Empresa”. Ed. Atenea. Barcelona-España, p. 12

- CACERES,

- FERNÁNDEZ, C. (1999).

La comunicación en las organizaciones, México: Ed. Trillas.

- GORDILLO, (2015)

- GRAELS ,

<https://tecnologymao92.weebly.com/concepto-de-las>

- HODGETTS, R y ALMAN, S. (1989).

Comportamiento en las Organizaciones. México.

- KENNETH THOMPSON

Comunicación de las Matrices a los Enfoques Pag. 29 ○

MURIEL María Luisa, ROTA, Gilda. (1980)

“Comunicación institucional”. Editorial: CIESPAL Colección Intiyan, QuitoEcuador, p.72

- MURIEL, MARÍA LUISA, ROTA GILDA. (1980)

“Comunicación Institucional, Enfoque Social de Relaciones Públicas”. Editorial Andina – CIESPAL, Quito-Ecuador, p.31, p. 174

- Martínez, Aurora. ( Última edición:12 de marzo del 2021).

Definición de Análisis. Recuperado de: //conceptodefinicion.de/analisis/. Consultado el 18 de marzo del 2021 ● OROZCO, Guillermo (2013)

“La Investigación en Comunicación desde la perspectiva Cualitativa” Editorial: IMDEC, Ediciones de Periodismo y Comunicación Social, México; p. 19. ● SAMPIERI, Roberto

“Metodología de la Investigación”, McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V, Cuarta Edición 2006, Mexico p. 755. p. 64 p.276.

● SAMPIERI –

<https://portaprodti.wordpress.com/enfoque-cualitativo-y-cuantitativo-segunhernandez-sampieri/>

● THOMPSON Y TRICKLANDA ( 2004)

<https://aprendeticsfaceam.blogspot.com/search/label/DISTINTAS%20DEFINICIONES>

● □ TAMAYO TAMAYO –

El Progreso de la Investigación científica

● <https://www.gestiopolis.com/la-comunicacion-corporativa-en-la-era-digital/>

● <https://aprendeticsfaceam.blogspot.com/2019/10/distintas-definiciones-de-ticssegun.htm>

● Resultado de la Encuesta de percepción del ciudadano de la Encuesta NSU de nivel de satisfacción del usuario de IDEAM -CRECE LTDA-Bogotá, 2014

● UNESCO. 1998