

**PROPUESTA PARA EL MEJORAMIENTO EN LAS
COMUNICACIONES Y LOS PROCESOS INTERNOS DE LA
CORPORACIÓN EDUCATIVA COLEGIO INTERNACIONAL DE
CARTAGENA.**

**BETTY CECILIA BLANCO MARTINEZ
AURA SOFIA PEREZ JIMÉNEZ**



**FACULTAD DE INGENIERÍAS
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE TALENTO HUMANO
CARTAGENA DE INDIAS**

2011

Nota de Aceptación

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

Cartagena de Indias D. T. y C., septiembre de 2011

Señores:

Comité Evaluador

Especialización en Gerencia de Talento Humano

Universidad Tecnológica De Bolívar

Ciudad.

Apreciados señores:

Por medio de la presente nos permitimos someter para su estudio, consideración y aprobación el Trabajo Final Integrador titulado **“PROPUESTA PARA EL MEJORAMIENTO EN LAS COMUNICACIONES Y LOS PROCESOS INTERNOS DE LA CORPORACIÓN EDUCATIVA COLEGIO INTERNACIONAL DE CARTAGENA”**, realizada por los estudiantes **Betty Cecilia Blanco Martínez y Aura Sofía Pérez Jiménez**, para optar al título de Especialistas en Gerencia de Talento Humano.

Cordialmente,

Betty Cecilia Blanco Martínez

Aura Sofía Pérez Jiménez

CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

Cartagena de Indias D. T. y C., septiembre de 2011

Yo, **AURA SOFIA PÉREZ JIMÉNEZ**, manifiesto en este documento mi voluntad de ceder a la Universidad Tecnológica de Bolívar los derechos patrimoniales, consagrados en el artículo 72 de la Ley 23 de 1982 sobre Derechos de Autor, del trabajo final denominado **“PROPUESTA PARA EL MEJORAMIENTO EN LAS COMUNICACIONES Y LOS PROCESOS INTERNOS DE LA CORPORACIÓN EDUCATIVA COLEGIO INTERNACIONAL DE CARTAGENA”** producto de mi actividad académica para optar el título de **Especialista en Gerencia de Talento Humano** de la Universidad Tecnológica de Bolívar.

La Universidad Tecnológica de Bolívar, entidad académica sin ánimo de lucro, queda por lo tanto facultada para ejercer plenamente los derechos anteriormente cedidos en su actividad ordinaria de investigación, docencia y extensión. La cesión otorgada se ajusta a lo que establece la Ley 23 de 1982. Con todo, en mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada con arreglo al artículo 30 de la Ley 23 de 1982. En concordancia suscribo este documento que hace parte integral del trabajo antes mencionado y entrego al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica de Bolívar.

AURA SOFIA PÉREZ JIMÉNEZ

C.C. 45527849

CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

Cartagena de Indias D. T. y C., septiembre de 2011

Yo, **Betty Cecilia Blanco Martínez**, manifiesto en este documento mi voluntad de ceder a la Universidad Tecnológica de Bolívar los derechos patrimoniales, consagrados en el artículo 72 de la Ley 23 de 1982 sobre Derechos de Autor, del trabajo final denominado **“PROPUESTA PARA EL MEJORAMIENTO EN LAS COMUNICACIONES Y LOS PROCESOS INTERNOS DE LA CORPORACIÓN EDUCATIVA COLEGIO INTERNACIONAL DE CARTAGENA”**, producto de mi actividad académica para optar el título de **Especialista en Gerencia de Talento Humano** de la Universidad Tecnológica de Bolívar.

La Universidad Tecnológica de Bolívar, entidad académica sin ánimo de lucro, queda por lo tanto facultada para ejercer plenamente los derechos anteriormente cedidos en su actividad ordinaria de investigación, docencia y extensión. La cesión otorgada se ajusta a lo que establece la Ley 23 de 1982. Con todo, en mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada con arreglo al artículo 30 de la Ley 23 de 1982. En concordancia suscribo este documento que hace parte integral del trabajo antes mencionado y entrego al Sistema de Bibliotecas de la Universidad Tecnológica de Bolívar.

BETTY CECILIA BLANCO MARTÍNEZ

C.C. 36724008

Cartagena de Indias D. T. y C., septiembre de 2011

Señores:

Comité Evaluador

Especialización en Gerencia de Talento Humano

Universidad Tecnológica De Bolívar

Ciudad.

Apreciados señores:

Por medio de la presente me permito informarles que el Trabajo Final Integrador titulado **“PROPUESTA PARA EL MEJORAMIENTO EN LAS COMUNICACIONES Y LOS PROCESOS INTERNOS DE LA CORPORACIÓN EDUCATIVA COLEGIO INTERNACIONAL DE CARTAGENA”** ha sido desarrollado de acuerdo a los objetivos establecidos por la Especialización de Gerencia de Talento Humano.

Como directora del proyecto considero que el trabajo es satisfactorio y amerita ser presentado para su evaluación.

Atentamente

Adm. NERSY ARIAS PRADA

Directora Trabajo Final Integrador

TABLA DE CONTENIDO

	Págs
INTRODUCCIÓN	8
1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	10
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	10
1.1.1 Formulación del problema	11
1.2 OBJETIVOS	12
1.2.1 Objetivos General	12
1.2.2 Objetivos Específicos	13
1.3 JUSTIFICACIÓN	14
1.4 MARCO DE REFERENCIA	16
1.4.1 Marco histórico	16
1.4.2 Marco teórico	20
1.5 METODOLOGÍA	27
1.5.1 Tipo de investigación	27
1.5.2 Fuente de recolección información	27
2. ANTECEDENTES DE LA INSTITUCION: Corporación Educativa Colegio Internacional de Cartagena	28
2.1 Servicios que Ofrece	32
2.2 Objetivos Estratégicos de la Institución	43
2.3 MISION DE LA INSTITUCION	44
2.4 VISION DE LA INSTITUCION	44
2.5 ORGANIGRAMA	45
3 TIPO DE COMUNICACIONES EN INSTITUCIONES EDUCATIVAS	47
3.1. MEJORAMIENTO INTERNO	49
3.1.1. Matriz de factores internos	51
3.2. COMUNICACIÓN INTERNA PROPUESTA	57
3.3. CULTURA ORGANIZACIONAL	58
3.4. CLIMA ORGANIZACIONAL	59
3.5 AMBIENTE LABORAL Y GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO	60
3.6. MATRIZ DOFA COMO ANÁLISIS DE LA INSTITUCIÓN	62
4. ANALISIS DE PROCESO DE COMUNICACIÓN INTERNA EN LA CORPORACION EDUCATIVA COLEGIO INTERNACIONAL DE CARTAGENA	64
4.1. COMUNICACIÓN INTERNA	64
4.2. SISTEMA DE COMUNICACIÓN Y FIDELIZACIÓN	65
4.3. PROPUESTA DE MEJORAMIENTO	67
CONCLUSIONES	71
BIBLIOGRAFIA	73

INTRODUCCIÓN

La comunicación interna es uno de los procesos fundamentales en todas las instituciones educativas, ya que es una de las formas de tener una conexión directa tanto interna, como externa, constituyéndose estos en los estudiantes, padres de familia y/o proveedores.

Mientras no exista una estrategia de comunicación organizacional establecida con anterioridad y que tenga como prioridad satisfacer las necesidades de comunicación de la Corporación Educativa Colegio Internacional de Cartagena existirá un ambiente de incertidumbre, desorientación y falta de información precisa acerca de las condiciones reales de lo que se desea transmitir por parte de los directivos del plantel educativo.

Un buen clima laboral viene precedido por una comunicación eficiente, donde sus procesos internos sean eficaces, y capaces de lograr llevar a los individuos una fusión de intercambios en ideas, opiniones, recursos informativos, que se verán reflejados en el aumento de productividad de la entidad educativa, lo que motiva a generar una cultura organizacional.

Ante la falta de estrategias precisas de comunicación, se genera lentitud en los procesos internos y retrasa la retroalimentación necesaria que es indispensable en cada una de las dependencias de la Corporación Educativa Colegio Internacional de Cartagena, y que a corto plazo genera insatisfacción en la cultura y clima organizacional.

Para un buen desempeño y mejoramiento de comunicación en los procesos internos, es importante que el recurso humano encuentre correspondencia de acuerdo a las actividades que desempeñan y las tareas encomendadas, para ello,

es posible si cada una de estas dependencias se encuentran bien informados y si conocen la estructura interna de la institución, así como su plan estratégico, misión, visión, principios, valores, deberes, objetivos y que se sientan identificados con estas mismas, para así, colaborar con su esfuerzo personal en el logro del mejoramiento de la comunicación y procesos internos de la Corporación Educativa Colegio Internacional de Cartagena.

Una buena propuesta para el mejoramiento de comunicación es clave para disminuir la incertidumbre que pueda existir en cualquier nivel interno de la institución educativa.

Antes este orden de ideas, el objetivo del presente trabajo, es el de presentar una propuesta que permita mejorar y afianzar el proceso de comunicación en la institución educativa, basado en las necesidades y estructuras de la misma, apoyados en la distribución actual existente, que permita utilizar esa información para transformarla en provecho de toda la comunidad que labora en la Corporación Educativa Colegio Internacional de Cartagena y desarrollar de manera amena, agradable y concreta las diversas tareas a desarrollar por medio de una excelente comunicación interna previamente establecida.

Una institución educativa que promueve valores, enseñanzas y principios hacia la sociedad y se considere culturalmente comunicativa, promueve el mejoramiento de las relaciones interpersonales, creando el trabajo en equipo, para así promover en la construcción de nuevas ideas para un mejor desempeño laboral.

Dentro de éste contexto, es necesario desarrollar canales de comunicación de forma organizada, y coherente para que la información se mueva en todas las direcciones dentro de la estructura organizativa de la Corporación Educativa Colegio Internacional de Cartagena y satisfacer todo tipo de necesidades comunicativas existentes.

1. DESCRIPCION DEL PROYECTO

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La comunicación interna durante muchos años, ha sido uno de los procesos fundamentales en todas las empresas y organizaciones, ya que esta es una de las formas de potenciar el cliente interno y de esta manera dar respuestas satisfactorias a los clientes externos, en ese sentido, si no existe una estrategia de comunicación organizacional previamente establecida que tenga como objetivo satisfacer las necesidades de comunicación de los empleados, se creará un ambiente de incertidumbre, rumores, desorientación, falta de motivación por parte de los diferentes miembros de la organización.

Un excelente proceso comunicacional genera un buen clima laboral, lo cual se verá reflejado en el aumento de productividad de la empresa, y a unos adecuados procesos de intercambio, donde toda la comunidad que labora en las instituciones, empresas y organizaciones comprenden, interpretan y coordinan, aspectos fundamentales en los procesos internos de toda organización, fomentando el compromiso, y el respeto por la información circundante y la comunicación establecida por el equipo de empleados, interiorizando la cultura organizacional, con el fin de potenciar el sentido de pertenencia a la misma.

La falta de planes y estrategias precisas, y claras de comunicación genera lentitud en los procesos que se pueden llevar a cabo dentro de las instituciones, lo que trae poco avance en las respuestas, produciendo luego, una entropía e insatisfacción, que se verá reflejado en la cultura y clima organizacional de las empresas.

Toda institución u organización empresarial necesita organizarse y comunicarse. Esto es algo que comparten muchos teóricos. Pero quienes están al frente de numerosas instituciones (presidentes, directivos, etc.) creen que estas acciones se

dan de modo natural sin tener en cuenta que conforman una problemática completa y global en la gestión de las organizaciones (Bartoli, 1992).

Es importante que el talento humano encuentre cierta relación, algo así como fraternidad en las tareas dentro de la organización, pero esto solo es posible si cada uno de ellos está informado, si conocen la estructura interna comunicacional de la organización, y se sienten identificados con ellas, para así contribuir en el logro de esos objetivos. La comunicación interna es una de las herramientas clave para reducir el rumor y la incertidumbre a nivel interno de la organización.

Corporación Educativa Colegio Internacional de Cartagena es una institución que busca el desarrollo organizacional eficiente y para ello, es necesario contar con un buen programa de comunicación que tenga como objetivo, el conocimiento que tienen sus directivos y empleados hacia este enfoque, haciendo que la comunicación interna se convierta en un tema imprescindible para alcanzar las metas trazadas sin incurrir en el error de no aplicar para sí mismos el discurso que promueven en sus clientes externos y estos no tengan efectos positivos para la institución.

1.1.1 Formulación del problema

¿Cómo se puede mejorar las técnicas de comunicación en los procesos internos en los empleados de la Corporación Educativa Colegio Internacional de Cartagena para el mejoramiento de las políticas y procesos de comunicación de la Institución?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo General.

Analizar e identificar los niveles de comunicación internos existentes en la Corporación Educativa Colegio Internacional de Cartagena, para la propuesta de un sistema de mejoramiento en el proceso de comunicación actualmente establecido.

1.2.2 Objetivos Específicos

Conocer los diferentes tipos de comunicación y procesos internos existentes en entidades de tipo educativo.

Analizar el proceso de mejoramiento en el sistema de comunicación interna en la entidad educativa mediante la aplicación de una propuesta que permita involucrar a todos los trabajadores en general.

Realizar un diagnóstico en los niveles de comunicación y proponer plan que permita tener accesibilidad, organización y eficiencia en los procesos existentes.

Fomentar la participación de los empleados de la Corporación Educativa Colegio Internacional de Cartagena, en el desarrollo de su política estratégica proporcionando herramientas y/o técnicas que permitan mejorar la comunicación interna del mismo.

1.3 JUSTIFICACION

Muchas de las experiencias comprobadas en diferentes empresas demuestran las ventajas de los canales de comunicación efectivos, pues éstos contribuyen en la minimización de conflictos o interpretaciones erradas, o sentimientos de frustración por parte de los empleados y de los clientes externos de la empresa. En este contexto, es necesario crear nuevos canales de comunicación de forma organizada y coherente para que la información se mueva hacia arriba, hacia abajo y lateralmente dentro de la estructura organizativa de la empresa

Será necesario entender la comunicación no sólo desde estos enfoques empresariales, sino también, y sobre todo, desde la perspectiva de la acción comunicativa de J. Habermas: “...*los sujetos que actúan comunicativamente, en su posición de hablante y destinatario,... se encuentran literalmente a la misma altura*” (Habermas, 2003, Pág. 40) La relación interpersonal entre esos sujetos se contrae cuando adoptan la misma referencia al mundo.

De acuerdo a un mundo intersubjetivamente compartido, los sujetos hacen “*experiencias comunicativas juntos*”: entienden lo que el otro dice, aprenden, sacan sus propias conclusiones de la ironía, el silencio, de las paradojas, de las alusiones. Sus manifestaciones o emisiones son relativas, ya que su validez puede ser puesta en tela de juicio por otros actores (Habermas, 1987). Esta concepción de la comunicación será tomada en cuenta, al analizar los procesos comunicacionales en la Institución en estudio.

Una organización que se considere culturalmente comunicativa, promueve el mejoramiento de las relaciones interpersonales, fomentando el trabajo en equipo y promoviendo la construcción de ideas y sugerencias.

Es por ello, que en la presente propuesta de mejoramiento de comunicación en los procesos internos de la Corporación Educativa Colegio Internacional de Cartagena se expondrán conceptos básicos sobre los cuales se debe crear un plan de comunicación interna eficiente y con alto grado de correspondencia entre las diversas personas involucradas en el mecanismo funcional, así como sus funciones, elementos comunicativos, flujos de comunicación, recursos, que buscan crear una cultura y clima laboral dentro un ambiente propicio para una acertada estrategia de comunicación interna.

Ante lo anterior, es importante precisar que la importancia de las relaciones sociales dentro de la institución, como también su transparencia y solidez, dependen en buena medida de la productividad y fortaleza que se encuentra dentro de la organización y el desarrollo de comunicaciones que en cada una de las dependencias de la institución existan.

1.4 MARCO DE REFERENCIA

1.4.1 Marco histórico. La organización tanto pública como privada es definida como un sistema complejo de redes que se encuentran relacionadas a diario entre sí y que necesitan estar constantemente comunicadas de una manera clara, veraz, eficiente y eficaz, es un escenario de convivencia permanente que requiere de la mejor y más clara comunicación que pueda darse entre dos o más individuos, donde se considere a cada persona como un mundo particular y exclusivo, con características especiales que hacen de cada uno de ellos, una pieza importante en el entorno de cualquier grupo social definido.

La relación entre la comunicación y las organizaciones se define desde dos horizontes: el organizacional y el individual. En ese sentido, se hace evidente que *“el insumo organizacional en el proceso de comunicación proviene de los canales de comunicación estructurados y de la posición que la gente ocupa. (...) La interpretación de las comunicaciones por los individuos está muy influenciada por sus posiciones organizacionales”*¹.

La comunicación es el proceso por el cual el hombre ha logrado diferenciarse de los demás seres vivos al conseguir exponer sus ideas, sentimientos, emociones e interrelacionarse para desarrollar nuevos pensamientos. Etimológicamente, comunicar viene del latín *comunicare*, que significa hacer común, lo que implica que más allá de interiorizar los pensamientos, la comunicación hace necesario ponerlos en común frente a los otros

El hombre, ricamente dotado de facultades innatas de comunicación, ha conseguido erguirse por encima de las demás especies gracias a su capacidad de organización. Así como a las otras potencialidades que ha sabido desplegar para

¹ HALL, Richard (1996). Organizaciones. Estructuras, procesos y resultados, México, Editorial Prentice Hall.

mejorar, extender y ampliar dichas facultades naturales. A lo largo de la historia, el ser humano ha procurado mejorar su capacidad de recibir y asimilar información sobre el medio circundante y de aumentar al mismo tiempo la rapidez, la claridad y la diversidad de sus propios métodos de transmisión de información².

Por su parte, Ryan Jeremiah, en su libro *La comunicación Humana* opina: *“la comunicación sostiene y anima la vida. Motor y expresión de la actividad social y de la civilización, ha llevado a los hombres y a los pueblos desde el instinto hasta la inspiración, a través de una serie de procesos y sistemas de información, impulsos y control. Ensambla el saber, la organización y el poder, vincula en el hombre la memoria de sus orígenes con sus aspiraciones más nobles para una vida mejor”*³.

El hablar de comunicación se enmarca dentro de una serie de intercambios de ideas que el hombre ha tratado de transformar en hecho para la construcción de un conocimiento que le permita crecer.

Durante siglos e incluso en ciertas regiones durante milenios la inmensa mayoría de los habitantes de la tierra han vivido en la pequeña unidad social -tribus o pueblos- a la que pertenecían. La comunicación interpersonal constituía en ella la forma esencial de relación social. Poco a poco la comunicación se institucionalizó en las sociedades tradicionales, como han ocurrido en las sociedades ulteriores.

La comunicación interpersonal ha coexistido con la comunicación pública institucionalizada para transmitir las normas y las costumbres. Al mismo tiempo la comunicación estaba limitada por la lentitud de su difusión, sin embargo, pese a esta lentitud, el saber y las ideas pudieron prender profundamente a gran distancia de su origen. Fue gracias a la difusión de la información que se lograron progresos

² JEREMIAH, Ryan. (2002). *La Comunicación Humana*. Universidad Católica Andrés Bello. Caracas, Venezuela. P.18

³ *Ibíd.* P 18

en la administración, el comercio y la educación, así como también a la expansión económica y militar⁴.

Una comunidad laboral que posee diversos lenguajes, códigos y necesidades de expresión y que requiere ser capacitada para aprender a valorarse como productora de mensajes, desarrollar destrezas en su expresión oral y corporal, identificar las maneras de concertar los diferentes lenguajes y comprender que es posible crear nuevos mensajes a partir de lo percibido. No es un trabajo aislado, requiere de una presencia interdisciplinaria que complemente los saberes y permita que los miembros de la comunidad laboral lideren su propia comunicación⁵.

Todas las organizaciones son entidades por medio de la cual, las personas se interrelacionan mediante vínculos contractuales o acuerdos informales para lograr alcanzar una meta, ya sea de forma independiente o colectiva.

Teoría Clásica

Se propone una organización para establecer principios universales de administración, haciendo énfasis en la estructura del trabajo y la organización. Los tres representantes principales son:

Frederick Taylor, que se basó en el análisis de los procesos de trabajo para estandarizarlos. Alguno de sus principios, entre otros fueron; la selección del personal debe ser científica, los trabajadores son seres esencialmente económicos que deben ser capacitador y especializados, debe existir una definición clara de reglas, normas y toles.

⁴ *Ibíd.* P.19

⁵ ENTRETODOS. Comité Coordinador. (2002). La empresa escenario de convivencia. Modelo comunicacional para la promoción de la convivencia empresarial. Medellín. P 16

Henry Fallol, jerarquizó las líneas de poder, porque así al dividir el trabajo, podría ejercerse control la supervisión y unas jerarquías bien definidas optimizando la producción.

Max Weber, estandariza la funciones al interior de la empresa y las reglamenta para que exista una especialización en los roles. El poder es la base, para que a través de las reglas, razones y leyes sean influenciados los trabajadores.

En la teoría clásica, la comunicación se utiliza para indicarles a las personas como deben hacerse las cosas, colocando por encima el aspecto científico. La comunicación se da de un mando a un subordinado haciéndose lineal y descendente como mecanismo de control.

Teoría de Sistemas

Sus autores son Kahn y Katz. Se fusiona postulados de las teorías clásicas en un sistema social compuesto de partes que se interrelacionan y donde al afectar una parte se afecta el todo. La organización puede ser un sistema abierto o cerrado que siempre tendrá relación con su contexto, que siempre implementará la comunicación como un sistema definitivo y dinámico que define a la misma, mediante el cual se hace un intercambio entre sí y su entorno.

Teoría Z

William Ouchi afirma que el implicar a los trabajadores en los diferentes procesos es clave de la productividad, basar todas las relaciones en la confianza, la sutileza, la generosidad y el apoyo mutuo.

En este contexto y amparada por la Constitución Política de Colombia a partir de la cual se definen los fines esenciales del Estado: *“Servir a la comunidad, promover la prosperidad general y garantizar la efectividad de los principios, derechos y deberes consagrados en la misma; facilitar la participación de todos en las decisiones que los afectan y en la vida económica, política, administrativa y cultural de la nación, todo ello fundamentado en el respeto de la dignidad humana”*

La comunicación no va más allá de una emisión de mensajes o de órdenes que hacen que cada uno de los empleados cumpla con las labores a la cuales fue asignado. Esta comunicación se caracteriza por ser de orden descendente pues siempre va de superior a subalternos.

Los procesos de comunicación al interior de las organizaciones deben tener como objetivo transmitir mensajes motivadores que lleven ideas precisas e informativas y que tengan el interés por el tema, siendo así participativas y de interacciones, como parte de un componente social, que permita dotar de sentido el espacio laboral y la formación de organizaciones dinámicas que construyan tejido social.

1.4.2 Marco teórico. Para poder analizar de una manera más profunda el proceso de comunicación es importante nombrar seis elementos que lo hacen posible. En su libro *La Comunicación Empresarial*, Pablo Múnera y Uriel Sánchez explican de una manera minuciosa y concisa cada uno de los elementos para una mejor comprensión del proceso:

- **Emisor:** Es el elemento en el que se origina el proceso, a partir de una idea, una necesidad y una intención comunicativa. Se conoce también como fuente o codificador, e incluso como transmisor. En la comunicación humana, la fuente puede ser una persona o un grupo de personas.

- Receptor: Llamado también perceptor o decodificador, es la persona o grupo de personas (según el nivel de comunicación) que perciben e interpretan el estímulo (le dan sentido al mensaje y/o al acto), y posteriormente lo responden con otro mensaje y/o acto.
- Mensaje y acción: Existen dos modos, y sólo dos, por los que la comunicación se manifiesta y se realiza: por medio de mensajes y por medio de actos (los voluntarios, que son los propios del campo de la comunicación, como se ha visto). Estos modos son indisociables y forman juntos la comunicación.
- Canales o medios: Están contenidos en la magnitud física de la comunicación. A través de ellos el estímulo o mensaje se pasa de la mente a la fuente (codificador) a la mente del destino (decodificador). El canal puede ser natural o artificial, y en el caso de los canales artificiales, generalmente son precedidos por los canales naturales.
- Retroalimentación: Es la información en retorno. Lo primero que diferencia a la comunicación de la información. Es la respuesta del perceptor y determina su posición frente al mensaje o acto percibido, pero de igual manera explica si entendió o no el sentido del emisor, ante lo cual se determina la existencia verdadera de un código común conformado por los mismos símbolos o por similar explicación y entendimiento de ellos. Es decir, que la retroalimentación da cuenta de la eficacia del mensaje.
- Barreras o ruido: Se trata de cualquier interferencia o estímulo positivo o negativo que finalmente interfiere en el proceso de comunicación o que lo condiciona por fuera de los intereses directos de los actores.

La comunicación comienza con un emisor que desea enviar un mensaje a un receptor. El emisor debe codificar el mensaje y seleccionar un canal de comunicación que sea capaz de transmitírselo al receptor. Cuando se trata de transmitir hechos, el mensaje puede estar codificado en palabras, cuando se trata de transmitir sentimientos, el mensaje puede codificarse en lenguaje corporal o en el tono de voz. Debido a que hay una gran posibilidad de que se produzcan malos entendidos, cuando se comunica algo importante es necesario que exista la posibilidad de la retroalimentación. De esta manera se logra aclarar el verdadero significado del mensaje⁶.

Para el enfoque lingüístico la comunicación se define como el proceso de transmisión de información desde un emisor a un receptor a través de un medio, proceso en el que se hace necesario que en la transmisión y la recepción de dicha información se utilice un código específico, respondiendo a dos operaciones cognitivas básicas: codificación por parte del emisor y decodificación por parte del receptor⁷.

En suma, la comunicación implica un proceso de interrelación entre dos o más individuos a través del cual se transmite un tipo de información. Se considera entonces que la información parte de un emisor, en donde ésta asume un código preestablecido, lo cual significa que el emisor codifica la información, con el propósito de que el receptor pueda decodificar la información recibida, siempre y cuando ésta se produzca en un contexto determinado. El contexto, por su parte, posibilitará la comunicación, toda vez que éste determinará el carácter cognitivo, valorativo y procedimental que la comunicación adquiere en el momento en que la información es apropiada y significada por los individuos⁸.

⁶ ZYLBERDYK, Yanina. (Abril de 2003). "Comunicación Organizacional" ¿Cómo funciona la comunicación? [En línea]. Disponible en: <http://www.gestiopolis.com/canales/derrhh/articulos/56/dci.htm>, recuperado: Agosto 23 de 2011.

⁷ Alonso, Luis Enrique (1998). La mirada cualitativa en sociología, Barcelona, Editorial Fundamentos

⁸ Ibíd. p 45

Teorías principales de la comunicación

Se obtienen como muestra de una relación existente en un proceso de comunicación y que repercute de manera amplia en los fines y conductas de una sociedad, los cuales se convierten en comportamientos sociales que hacen parte de un proceso social. Dentro de una organización existen grupos humanos que se hacen en las sociedades para interrelacionarse de acuerdo a unos objetivos comunes de fácil aplicación.

El término organización es utilizado para referirse a entidades y actividades, por tanto tiene dos significados: El primero, se refiere al conjunto de elementos que actúan, interactúan entre sí bajo una estructura pensada y diseñada para que los recursos humanos, financieros, físicos, de información y otros, de forma coordinada, ordenada y regulada por un conjunto de normas, logren determinados fines los cuales pueden ser de lucro o no; y el segundo se refiere al resultado de coordinar disponer y ordenar los recursos disponibles (humanos, financieros, físicos y otros) y las actividades necesarias, de tal manera que se logren fines propuestos⁹.

Una organización se caracteriza por tener una finalidad existente y conocida por todos los miembros del grupo, la distribución de roles y tareas a realizar, división de la autoridad y del poder formal, duración indeterminada (misión permanente) o claramente explicitada en función de un determinado objetivo y coordinación, criterios de evaluación y control de resultados. (Bartoli, 1992)

Esto lleva al concepto de comunicación organizacional o corporativa porque abarca a la empresa como un *corpus*, ha sido definida por Pablo Múnera así: “La

⁹ THOMPSON, Iván. Concepto de organización aplicable a ambos casos [En línea]. Portal de Mercadotecnia, Octubre de 2007 [Citado 9/06/2008], Concepto de organización. Formato html. Disponible enInternet: <http://www.promonegocios.net/empresa/concepto-organizacion.html>

comunicación corporativa es la integración de todas las formas de comunicación de una organización, con el propósito de fortalecer y fomentar su identidad y, por efecto mejorar su identidad corporativa. Es decir, que abarca todas las formas de presentación y representación (simbolismo) de una empresa; sus acciones y sus actos involuntarios; los tipos de comunicación con sus polaridades y gamas, entre lo que se puede enumerar lo estratégico y lo táctico, lo formal y lo informal (...)"¹⁰.

- *Comunicación interna*

Para entrar a hablar de comunicación interna es preciso entender la comunicación como lo hacen Joan Elías y José Mascaray en su libro Más allá de la comunicación interna; en lo referente a la Intra comunicación dicen: “La comunicación se constituye en un instrumento estratégico para conseguir la participación de todo el personal en el diseño del proceso de cambio y el compromiso en la aplicación y, con ello, facilitar el éxito de la operación”¹¹.

Recientemente, se ha descubierto la importancia de la Comunicación Interna al considerarla como instrumento de gestión de los recursos humanos; pero, en realidad, su planeamiento siempre ha sido muy mecanicista e inconsistente. La comunicación interna ha actuado al servicio de la empresa, intentando crear estados de opinión irreales y, a la vez, interesados, lejos de la realidad cotidiana, tendentes a favorecer una sola perspectiva: la de la empresa. Desde este enfoque, la finalidad primordial de la Comunicación Interna es conseguir que los trabajadores conozcan y, sobre todo, acepten las políticas y directrices de la empresa. Con ello, se pretende conseguir dos objetivos básicos¹²:

¹⁰ MÚNERA y SÁNCHEZ. Comunicación empresarial, una mirada corporativa. Colección Hermes. tienMedellín, Colombia. 2003. Página 107.

¹¹ ELIAS, J y Mascaray, J. (2000). Más allá de la comunicación interna: La Intracomunicación. Ediciones Gestión S.A., Barcelona, Página 46.

¹² Ibíd. p. 54

- Reducir la conflictividad laboral
- Incrementar la productividad y le eficacia del funcionamiento de la empresa

La comunicación interna está determinada por la interrelación que se desarrolla entre el personal de la institución¹³. El logro de esta integración nos da como resultado un mejor ambiente laboral en donde cada uno de los empleados y miembros activos de la organización se sentirán satisfechos con las labores desarrolladas y así mismo proyectarán excelentes resultados.

La comunicación interna es el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros a través del uso de diferentes Medios de Comunicación que los mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales¹⁴.

Tipos de comunicación Interna

- 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

¹³ ESCOBAR, Jorge (2003). "Tipos de comunicación corporativa – interna" [En línea], Disponible en: <http://www.miespacio.org/cont/aula/tiposco.htm>.

¹⁴ MARTÍN, Fernando. (2001). Comunicación en Empresas e Instituciones de la consultoría a la dirección de comunicación. Ediciones Universidad de Salamanca. Salamanca, España.

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".¹⁵

¹⁵ ESCOBAR, Jorge (2003). "Tipos de comunicación corporativa – interna" [En línea], Disponible en: <http://www.miespacio.org/cont/aula/tiposco.htm>.

1.5 METODOLOGÍA

1.5.1 Tipo de Investigación. La presente investigación es de carácter descriptivo, ya que permite obtener un trabajo integrador de la situación en estudio, realizando un análisis descriptivo de la información que mediante las estrategias de observación y de trabajo de campo realizada en la investigación enmarcada en la descripción e interpretación sobre el proceso de comunicación a nivel interno de la Corporación Educativa Colegio Internacional de Cartagena.

1.5.2 Fuentes de recolección información. Las principales fuentes de recolección de información para llevar a cabo una exitosa propuesta de investigación, está dada por:

- Fuentes primarias. Recolección de datos con entrevistas directas con los empleados. A partir de esta investigación nos permitió hacer un diagnóstico sobre el reconocimiento de las necesidades insatisfechas del público interno, detectar fortalezas y debilidades de la organización en la gestión de la comunicación.

2. ANTECEDENTES DE LA INSTITUCION

En el año 1983 las señoritas Rosario Hernández, María Helena Manjares y Elvira Martínez Marrugo se asocian con la idea de abrir un Jardín Infantil, para lo cual deciden unir y definir el lugar donde debe funcionar el centro educativo. En un inicio se pensó la ubicación del mismo para lo cual se consideraron dos opciones: en el barrio Blas de Lezo o en el barrio Manga. Ante lo cual se confirmó este último. En el momento de la concepción de la idea las tres socias eran estudiantes de educación preescolar y fueron motivadas a la apertura del centro educativo gracias al éxito que habían alcanzado con las prácticas pedagógicas en el Colegio Mayor de Bolívar, claustro del cual eran estudiantes en ese momento. Ya definidas por el barrio de Manga, buscaron diferentes opciones de casas que cumplieran con los requisitos básicos para el proyecto educativo: ser una casa grande, confortable, espaciosa y estar ubicada en un sector favorable; por lo cual se decidieron por el sector la cabaña del barrio Manga, particularmente por tener éste un gran potencial de niños gracias a las nuevas edificaciones multifamiliares que se habían construido en el sector. Por ello se consideró que el nombre que mejor se apropiaba con el sector era: “JARDIN INFANITIL CABAÑITA”.

No conformes con el número de niños del sector, las socias siguieron buscando niños con edades similares en otros sectores y barrios aledaños para lo cual se valieron de un programa de divulgación y mercadeo agresivo buscando estudiantes casa a casa y especialmente en medio de amigos y conocidos del barrio.

Con el fin de darle mayor coherencia y estructura al proyecto del Jardín infantil, decidieron apoyarse en personas expertas para así darle forma al proyecto.

Se iniciaron las labores con un grupo de 25 niños distribuidos en tres grupos y para lo cual se dividieron de manera equitativa, asumiendo el rol de rectora del

Jardín Infantil la licenciada Elvira Martínez Marrugo. La licencia de funcionamiento fue obtenida ese mismo primer año para formalizar el proceso institucional.

En el transcurso del siguiente año consiguieron la licencia de funcionamiento y ampliaron el número de alumnos, tomando de igual forma todos los correctivos del caso de acuerdo con la experiencia del primer año. En ese mismo año la rectora se graduó y a los dos años de funcionamiento, una de las socias por motivos de traslado a otra ciudad, se retiró del Jardín Infantil, quedando al frente del Jardín Infantil las Licenciadas Rosario y Elvira como socias. A partir del quinto año (1988), el jardín infantil quedó bajo la dirección exclusivamente de la licenciada Elvira Marrugo.

Así trascurrieron 10 años de funcionamiento en el mismo local del sector “La Cabaña”, dentro del cual se lograron realizar algunas ampliaciones de sus instalaciones y cada vez se iba ofreciendo un mejor servicio. Posteriormente y ante la solicitud del local, se vieron en la necesidad de conseguir un nuevo sitio en el mismo barrio de Manga, aprovechando obtener unas condiciones aún mejores para ofrecer un mejor servicio. Fue entonces cuando se pasó de la segunda avenida de Manga a la tercera avenida de Manga # 21-188 teniendo allí cinco grupos de preescolar.

Los niños de transición recibían una excelente formación en estos grados, además de ser admitidos con menciones especiales a prestigiosos colegios, se toma la decisión de abrir primer grado de primaria en la misma sede. Ante el inminente crecimiento de la población, se opta por tomar en arriendo una segunda sede en el mismo sector de Manga y posteriormente a medida que crece el colegio, se van abriendo una tercera sede de secundaria en la misma avenida tercera de Manga.

Cuando se va incrementando la población y al verse saturadas de estudiantes estas sedes, surge entonces la necesidad de tener un sitio donde estuvieran todos los estudiantes en una misma sede o conseguir un terreno a las afueras de la ciudad para construir un colegio acorde con la misión institucional.

Después de estudiar todas las alternativas y estudio de factibilidades se consiguió un terreno en el Kilometro 14 vía a Pontezuela (Anillo vial) y en su primera fase se adquiere el terreno en el año 2005 y luego se opta por iniciar la construcción en el año 2006 más específicamente el día 28 de Agosto de 2006. Esta construcción en su primera fase tardó cerca de seis meses gracias al trabajo y esfuerzo constante las directivas y personal de apoyo administrativo de la corporación Educativa.

En Febrero 06 de 2007 se traslada toda la sede del colegio al nuevo inmueble recién construido en la sede del Anillo Vial, quedando en la Avenida Tercera de Maga únicamente la sede administrativa y la sede del preescolar. Se inicia en la actual sede bajo la dirección académica del licenciado Nayib De La Ossa y posteriormente del licenciado Lincoln Martínez quien le imprime una dinámica diferente al colegio abriendo espacios para la consolidación de los distintos frentes a que se veían como pilares de la institución: Emprendimiento, Academia y Bilingüismo. El 28 de Agosto de ese mismo año se obtiene el reconocimiento por parte del a secretaría de Educación para ofrecer estudios hasta grado 11º.

Sólo en el año 2008 se logra graduar la primera promoción de bachilleres quienes obtienen el nivel MUY SUPERIOR en las pruebas de estado ICFES, calificación que se logra perpetuar en las promociones posteriores: 2009,2010, 2011.

En el año 2009 y por iniciativa de la presidencia del colegio, el colegio decide incursionar de manera frontal en el proceso de educación digital, para lo cual se hacen las primeras capacitaciones y posterior implementación a gran escala a comienzos de 2011, obteniendo así un colegio inmerso dentro del modelo educativo 3.0, contando con una plataforma digital, contenidos digitales, tableros de última tecnología y toda una cultura asociada con este novedosos estilo educativo que es propio de la misión misma del colegio.

De igual manera y en este mismo año se logra incorporar como área fundante del colegio el área de emprendimiento, para lo cual se integran asignaturas como: Emprendimiento empresarial, emprendimiento físico, emprendimiento tecnológico,

emprendimiento axiológico y emprendimiento artístico. Todo esto se crea dentro de la propuesta de integración curricular que ofrece el modelo educativo institucional y el modelo pedagógico HOLÍSTICO SOCIAL.

En el año 2010 el consejo directivo aprueba la inversión en optimizar los diversos escenarios del colegio y es así como desde enero de este mismo año, en todas las aulas de clase se instalan aires acondicionados y se culmina el proyecto de cielo rasos favoreciendo así en confort de los estudiantes. En el caso de la primaria, se aprueba la culminación de los pisos en los patios contiguos.

Dentro de la dinámica que se le imprime al colegio, se establecen convenios interinstitucionales con universidades como es el caso de la universidad tecnológica de Bolívar, Universidad D'Paul de Chicago, realizando con ellas toda una serie de actividades de capacitación, fortalecimiento y cooperación para actividades como el INMERSION CAMP el cual se realiza en el año 2008 y 2009.

Se logra de igual forma una nutrida participación de los estudiantes del colegio en toda serie de actividades asociadas con el área de emprendimiento, obteniendo así la asistencia nutrida a escenarios como: Misión empresarial en la ciudad de Medellín (2009), Misión empresarial en Barranquilla (2010), Convivencias de curso, Ferias empresariales, Festival de Artes, Campeonatos inter-colegiados a nivel local y nacional, Foros empresariales, Rincones de la productividad, Retiros espirituales, etc.

En Noviembre de 2010, se adquiere bajo la modalidad de compra la sede del jardín Infantil Cabañita, con lo cual se logran unas adecuaciones y remodelaciones de acuerdo con los estándares y requerimientos propios de un Preescolar de primer nivel.

2.1. SERVICIOS QUE OFRECE:

Educación dirigida para Preescolar, Primaria y Bachillerato.

Un pasaporte a la vida escolar

El Centro de estimulación y jardín infantil cabañita es de carácter privado, calendario A nace de la necesidad de brindarle a los niños desde 1 año hasta 6 años, la motivación adecuada y oportuna para un desarrollo integral en sus diversas etapas y ofrece todos los grados de pre-escolar iniciando desde:

- Infant (1 a 2 años y medio),
- Nursery(2 años y medio a 3 años y medio),
- Pre-kinder (3 años y medio a 4 años y medio)
- kinder (4 años y medio a 5 años y medio),
- Transición (5 años y medio a 6 años y medio).

Siendo nuestro propósito fomentar una mejor comunicación con el niño y su entorno, creando una relación estrecha entre el padre, hijo y maestro, en un ambiente agradable y de mucho amor.

Aulas y áreas especializadas:

- Contamos con aulas y áreas especializadas en Sistemas, audiovisuales, gimnasia, danza, música, ingles con personal especializado en cada una de ellas.
- Aulas de Desarrollo Psicomotor. Un espacio propicio para el desarrollo corporal, como parte fundamental en el proceso pedagógico.
- Clases de Música y Percusión: Los niños aprenderán el manejo de instrumentos de percusión, a reconocer sonidos y diferenciar el ritmo y demás aspectos musicales.

- Clases de Danza: Tiene como objetivo brindar al niño la posibilidad de expresar y desarrollar su coordinación general.

El centro de estimulación y jardín infantil cabañita prepara los niños para la vida:

- Brindándoles riqueza de interacción social y oportunidades de desempeño individual.
- Desarrollar seguridad, independencia, solidaridad, respeto, hábitos de orden, aseo y comportamiento.
- Ejercitar actitudes y destrezas que le permitan desarrollar habilidades de autonomía para vestirse, asearse, comer, realizar tareas caseras, ejercicios motrices, controlar esfínteres ampliar el lenguaje y el aspecto socio afectivo.
- Adquirir seguridad e independencia en el desarrollo de las actividades de la vida diaria

AREA DE EMPRENDIMIENTO

Dentro de los propósitos del área esta ampliar la relación entre educación y trabajo; aportar a la experiencia empresarial para mejorar la gestión escolar; fomentar el emprendimiento en la creación de empresas y desarrollo de talentos; desarrollar la ciencia y la tecnología; las artes, y potenciar la educación tecnológica. Es por esto que El Colegio Internacional de Cartagena crea una estrategia innovadora para fomentar y desarrollar el emprendimiento en sus educandos desde la interdisciplinariedad de distintas áreas del saber (Ed. Física, las artes, emprendimiento empresarial y la ética y valores).

El área de emprendimiento fortalece las habilidades físicas, psíquicas, motrices, y volitivas de los estudiantes. El deporte, las artes, La lúdica, la recreación, y la mentalidad empresarial son bases fundamentales en el proceso de enseñanza aprendizaje de todo individuo, como es obvio todo ser humano necesita de un

espacio de emprendimiento, recreación y cultura para afrontar las necesidades presentadas en una comunidad o sociedad.

Esta estrategia, presenta un desafío importante; la educación y la formación en valores, ya que hay que potenciar cada vez más en la sociedad, la capacidad de disciplina y emprendimiento; su autonomía y sus valores de honestidad; su compromiso, sentido de pertenencia y la convivencia. Cumpliendo con su razón de ser, el Programa de Emprendimiento de nuestra institución realiza un acompañamiento permanente a los estudiantes para estimular iniciativas empresariales y desarrollar los talentos en sus educandos.

COMPETENCIAS EMPRESARIALES

- Capacidad de comunicación.
- Iniciativa para solución de problemas.
- Habilidades para procesar tendencias.
- Capacidad creadora e innovadora.
- Dominio en la interpretación de las prioridades.
- Generar cultura empresarial basada en la Ética.
- Planear su actividad empresarial.
- Vocación para el ahorro y la inversión.
- Enfrentar el riesgo de sus iniciativas.

ACTIVIDADES

- El desarrollo del emprendimiento de nuestros estudiantes, aporta a la generación de espacios efectivos de interacción entre el mundo educativo y el productivo como elementos de promoción de la responsabilidad social empresarial aplicada en la educación y el fortalecimiento de la gestión escolar en la perspectiva de mejorar su efectividad, para el cumplimiento de esto, se desarrollan una serie de actividades en las que los educandos son los protagonistas, y se hacen partícipes de dichas actividades:

- Rincones de la productividad
- Foros empresariales
- Amigos empresarios
- Convivencias
- Rallys de emprendimiento
- Congreso de niños y jóvenes emprendedores
- Campo escuela regional de emprendedores
- Mision empresarial
- Festival de artes
- Organización de eventos (four wheels)
- 1º valida de triathlon cartagena 2010
- show de clausura

RINCON DE LA PRODUCTIVIDAD

Son espacios o momentos que abre la institución de forma bimestral. Con el objetivo de Comercializar los productos y servicios que ofrecen cada una de las empresas de nuestros estudiantes, en diferentes escenarios que permitan resaltar el buen nombre la institución.

FOROS

El objetivo de esta actividad es compartir experiencias de vida de personas exitosas en los diversos campos del emprendimiento (axiológico, empresarial, artístico y físico deportivo)

AMIGOS EMPRESARIOS

Es una RED que propende por unir fuerzas y crear lazos de cooperativismo; dar respuesta a la necesidad inmediata de generar un cambio radical y seguro hacia el emprendimiento visto como un estilo de vida

CONVIVENCIAS

El objetivo principal de esta actividad es afianzar en los estudiantes el espíritu emprendedor, a partir de una mejor disposición física y mental.

RALLYS DE EMPRENDIMIENTO

Son espacios que ofrece la institución para que los educandos pongan a prueba todas sus aptitudes y capacidades desde lo físico, lo estratégico, el trabajo en equipo, la comunicación, la toma de decisiones, y lo más importante el liderazgo.

CONGRESO DE NIÑOS Y JOVENES EMPRENDEDORES

Es un gran evento que se realiza anualmente, dentro de un escenario altamente importante, desde el nivel de pre-escolar hasta la secundaria, comparten conocimientos en el campo del emprendimiento frente a un auditorio colmado de niños, jóvenes y adultos a quienes quedan cautivados con la oratoria, energía y creatividad de nuestros Estudiantes.

CAMPO ESCUELA REGIONAL DE EMPRENDIMIENTO

Es un evento al mejor estilo de un campamento, en el cual los participantes por espacio de una semana logran articular de manera integrada factores como: creatividad, innovación, liderazgo, trabajo en equipo, toma de decisiones, expresión corporal, supervivencia, oratoria, desarrollo físico.

MISION EMPRESARIAL

Son salidas de campo que se realizan en diversas ciudades del país para conocer empresas de los sectores productivos y de servicios. De igual manera les permite a los estudiantes interactuar en nuevos escenarios. En los cuales las empresas personales o colectivas de los educandos, son conocidas a lo largo de la geografía nacional.

FESTIVAL DE ARTES

El principal propósito de realizar el Expression and technology art festival es el de sensibilizar a cada educando dentro de una conciencia artística, y que así sea para ellos más fácil reconocer su entorno, tanto en la Ciudad como en sus Vidas.

FOUR WHEELS

Es una actividad liderada por los estudiantes, cuyo objetivo es el de integrar a la familia en espacios de recreación y deporte.

1º VALIDA DE TRIATHLON CARTAGENA 2010

El pasado 18 de Abril del presente año el Club Cartagena International School participo en la primera valida de Triatlón en la ciudad de Cartagena con la participación de los estudiantes que conforman la extracurricular de Triatlón, aquí compitieron con atletas de otros clubes de la ciudad, en esta oportunidad demostraron que tienen la mejores capacidades y cualidades para llegar hacer grandes deportistas. Por otro lado tuvieron un buen rendimiento ya que se llevaron los tres primeros lugares en la categoría juvenil, y el primer lugar en la categoría infantil.

SHOW DE CLAUSURA

Es una actividad que se hace anualmente, en la cual participan todos los niños desde el nivel pre-escolar hasta la básica primaria. Con el fin de unir a la comunidad internacionalista y despedir el año escolar con un show lleno de alegría y color.

PRIMARIA

Es la base en la formación integral de todo educando, donde se prepara y consolida todos los conocimientos fundamentales dando paso a la educación secundaria y superior. Periodo comprendido entre las edades de los 6-11 años aproximadamente. Conformado por los grados: de primero a quinto

respectivamente. Dentro de nuestras finalidades está proporcionar a nuestros estudiantes herramientas innovadoras de un Emprendimiento comprendido por 4 ejes primordiales: el físico que permite al niño el desarrollo de sus capacidades individuales motrices, superando cualquier obstáculo, barrera ó miedo que se les presente; el artístico donde mediante la creatividad, las lúdicas y las artes plásticas el individuo se expresa libremente; el axiológico basado en la formación de los valores básicos que rigen la vida y la convivencia humana y la construcción de su proyecto de vida y el empresarial que pone en acción cada una de los anteriores y la conformación de una empresa durable y contante en el tiempo. Las ciencias y las habilidades lingüísticas básicas en inglés.

Espacios físicos: Salón de clases y sala digital

Cuenta con un área exclusiva para este nivel: hermosas y amplias aulas que cuentan con la conectividad que facilita el aprendizaje desde cada uno de los canales de percepción: visual, auditiva y kinestésica, una silletería novedosa que facilita la buena postura corporal basada en la programación neurolingüística (PNL). Sala digital cuenta con más de 25 computadores de mesa en los cuales se encuentran programas diseñados en las áreas math- science-sociales- legua castellana entre otras.

ZONA LÚDICA RECREATIVA

Espacio a las afuera de cada salón que permite la consolidación del trabajo en equipo y el espacio de una zona verde, facilitando la creatividad del individuo, una mejor concentración en su estudio y favoreciendo las buenas relaciones interpersonales.

ZONA DE JUEGOS

Espacio conformado amplias canchas deportivas, 3 bohíos donde los niños se ubican libremente y comparten sus meriendas y exploran los juegos propios de

esta edades, un pasamano, un trompo y cancha de golf contando con la vigilancia permanente del equipo de líderes de la básica primaria.

CANCHAS DEPORTIVAS

Espacios que permiten a nuestros estudiantes la adquisición y conformación de un deporte y afianzar la elección de uno en especial: volleyball- football- tennis y natación.

PENTATLÓN

Espacio diseñado para que nuestros estudiantes desarrollen sus capacidades motoras, enfrenten y superen cualquier dificultad presentada y se conviertan en fortalezas al pasar del tiempo y en fuertes líderes emprendedores.

TROCHA

Amplia zona verde que les permite a los niños explorar su entorno, compartir, experimentar y fortalecer el trabajo en equipo.

PISCINA

Amplia y bella zona donde nuestros estudiantes desde las pequeñas edades superen el temor a nadar y lo afianzan como un deporte en especial; también es el lugar que contribuye como escenario para nuestros eventos: fashion show, cumpleaños entre otros.

SALA DE EVENTOS

Amplia y hermosa sala para eventos acorde a los líderes en Emprendimiento, diseñada con una buena acústica y vista a la tarima, en ellas se celebran todas nuestras actividades que fortalecen el quehacer pedagógico: formaciones generales, open house, festividades de acuerdo al cronograma y mucho más.

PROYECTOS: NIÑO EMPRENDEDOR DE LA SEMANA

Es una actividad que tiene como objetivo principal estimular y resaltar en nuestros estudiantes sus habilidades comunicativas y el espíritu emprendedor que caracteriza a todo estudiante internacionalista. Con actividades propias por días: El lunes contará su biografía a sus compañeros escrita en el cuaderno ó bitácora, el martes traerá su cuento preferido para compartirlo con sus compañeros, el miércoles traerá un juego didáctico para compartir con sus compañeros, el jueves recibirá de sus compañeros una tarjeta elaborada por ellos mismos y el viernes es el día de clausura, este día traerá cualquier clase de pasa bocas para compartir con sus compañeros y entregará la libreta al próximo niño emprendedor.

Lectura de cuentos y anécdotas con mis abuelos

Este proyecto busca: fortalecer la narración oral y los lazos de afecto entre los abuelitos y nuestros estudiantes, que la familia participe activamente en el proceso educativo. Se desarrollara en los grados de primero y segundo los días jueves a la sexta hora de clase (después de almuerzo).

PIJAMA'S TIME

Actividades lúdicas creativas donde nuestros estudiantes disfrutan de la infraestructura de su colegio, con espacios que les permiten compartir cuentos e historietas con manejo de equipos audio-visuales en compañía de sus compañeros y profesores, contribuyendo al mismo tiempo con el Plan Lector llevado en lengua castellana en cada uno de los grados de la básica primaria.

Es un espacio dado en cada una de las clases, durante ó al finalizar la clase se abre el momento para que cada niño postulado ejerza su liderazgo, ellos son: Cronos- Sintetizador-Motivador grupal- motivador individual- Chistoso- Futurizador – Refranero y Orador; los cuales facilitan la formación de un líder y el dominio al hablar en público.

EJERCICIOS TRICOTOMICOS

Espacios donde cada líder frente a un grupo ó frente a sus estudiantes ejerce una serie de ejercicios corporales alternados uno a uno bajo el ritmo de la música, los cuales activan cada uno de los tres cerebros: izquierdo, derecho y central.

CELEBRIDADES

Son personas celebres de nuestra ciudad que son invitadas a nuestro colegio para compartir con nuestra comunidad sus experiencias, que las destacan como personas con amplio renombre.

ENCUENTROS ESPIRITUALES

La espiritualidad es uno de los aspectos básicos también en nuestra institución, ellos se fortalecen con la lectura y reflexión del provocador de oración “EL MAN ESTÁ VIVO” el de los niños para la básica primaria y el de adultos para la secundaria; además con las celebraciones Eucarísticas y en la construcción de nuestros proyectos de vida.

PRIMERAS COMUNIONES

Sacramento que se inicia mediante un proceso formativo, reflexivo y de unidad en Jesús tanto para nuestros estudiantes de grado 4° como para las familias. Se realizan las actividades de catequesis los días sábados por un espacio de dos horas durante 5 meses aproximadamente, 2 talleres de formación para los padres de familia, dos convivencias: una para los niños y otra para niños y padres de familia, las confesiones, bautizos dado el caso y la ceremonia de la LUZ Y PERDÓN días antes de la gran celebración EUCARISTICA de las PRIMERAS COMUNIONES.

GRADUACIÓN DE 5°

Ceremonia especial de graduación para los estudiantes que finalizan satisfactoriamente sus estudios de culminación de la básica primaria grado 5°; celebración que se lleva a cabo en el auditorio del teatro Heredia en la horas de la mañana.

SHOW DE CLAUSURA

Presentación teatral donde hacen parte principal los estudiantes desde los grados de nursery pre-escolar hasta grado 5° de la básica primaria; actividad que se ensaya durante todo el segundo semestre en espacios que se abren en las actividades de emprendimiento físico y artístico, se realizan grabaciones de voces en estudios especializados, ensayos generales los días sábados en la sede de cabañitas 2 meses antes del evento y un ensayo general días antes del evento, su libreto es escrito por una persona especialista en el área y con el apoyo lingüístico en Inglés por el equipo interdisciplinario del área bilingüe de la institución.

BACHILLERATO

La Corporación Educativa Colegio Internacional de Cartagena cuenta aproximadamente con una población de 130 alumnos en la secundaria, a los cuales se les brinda una educación integral de calidad dentro del aula de clases, con docentes idóneos en cada una de las áreas de conocimiento.

Ofrecemos formación de los estudiantes a nivel empresarial con nuestro programa de emprendimiento, el cual busca el desarrolla del liderazgo en nuestros jóvenes para prepararlos para afrontar los retos impuestos por la sociedad actual.

Adicionalmente los estudiantes participan de actividades extracurriculares en deportes y artes, entre las cuales tenemos futbol, voleyball, triatlón, artes plásticas, danzas, música, entre otras.

Nuestro año escolar está comprendido entre el periodo del 20 de enero al 20 de

noviembre, con tres semanas de vacaciones entre los meses de junio y julio, y una semana de receso adicional en el mes de octubre. las clases son desde las 7:30 am a 2:45 pm de lunes, miércoles y viernes, y de 7:30 am a 3:35 pm los días martes y jueves que se realizan las actividades extracurriculares.

Visitar: www.cartagenainternationalschool.com

2.2 Objetivos Estratégicos de la Institución:

Capacitar y formar integralmente a los educandos, en el desarrollo de sus talentos, el manejo de las herramientas de comunicación, el espíritu emprendedor y la capacidad de imaginar y concretar proyectos bien hechos, dando horizonte a su vida profesional, para convertirse así en protagonistas de la sociedad y generadores de una Cultura con Identidad.

Proponemos una metodología participativa, propiciando una actitud de dialogo, confianza y respeto para que sea posible enriquecerse, construir, pensar, argumentar, proponer y compartir mientras se aprende. Se estimula el desarrollo de competencias científicas y comunicativas. Competencias científicas como: observar, comparar, clasificar, organizar datos, inferir, formular y verificar hipótesis, experimentar. Competencias comunicativas básicas que se derivan en acciones como: interpretar, argumentar y proponer.

2.3 Misión de la Institución:

La Corporación Educativa Colegio Internacional de Cartagena es una institución educativa integral, dinámica y participativa dedicada a la formación de sus estudiantes basada en el bilingüismo, en el emprendimiento, la ciencia, la tecnología, los valores humanos, la creatividad y productividad intelectual y material, contribuyendo en la consolidación de una sociedad próspera en la cual los individuos sean gestores de su propio desarrollo.

2.4 Visión de la Institución:

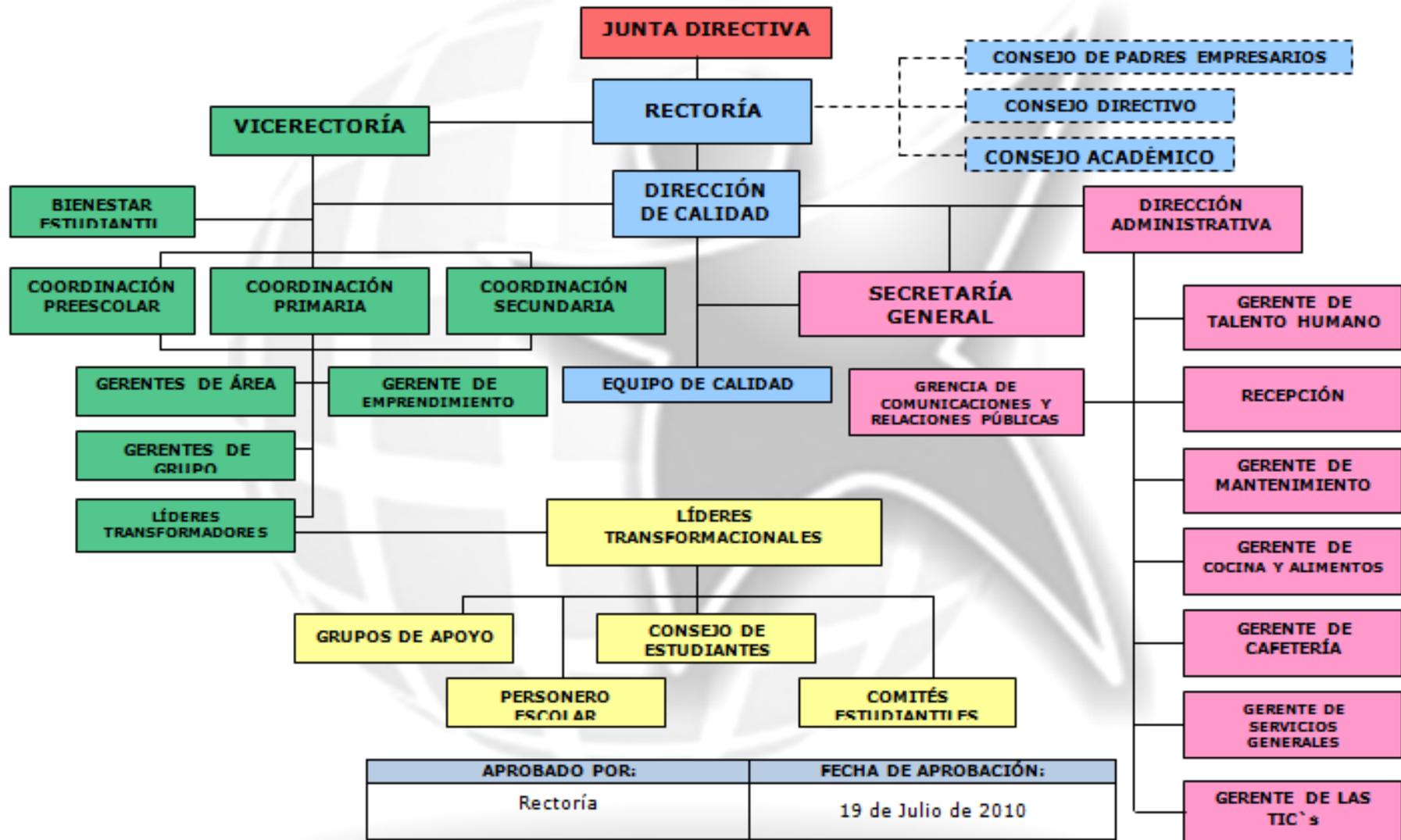
En los próximos años La Corporación Educativa Colegio Internacional de Cartagena será la institución líder en la formación y consolidación de jóvenes emprendedores bilingües, auto motivado con valores éticos inquebrantables, formados humanísticamente para la excelencia, capaces de generar su propio aprendizaje y forjadores de su desarrollo. Esta formación se fundamenta en principios y virtudes generadoras de líderes que pueden aportar innovaciones para construir el mundo del mañana.

2.5 Organigrama



Corporación Educativa
Colegio Internacional de Cartagena
ORGANIGRAMA

Versión	00-10	Código	DO-DE-01	Página	1 de 1
---------	-------	--------	----------	--------	--------



3. TIPOS DE COMUNICACIONES

La comunicación en la Corporación Educativa Colegio Internacional de Cartagena es el componente principal en la estructuración de la entidad, convirtiéndose de vital importancia en la difusión de políticas organizacionales, la identificación clara y precisa de los objetivos o propósitos, en el diseño de las estrategias, los planes, los programas, y los proyectos a través de los cuales la Corporación Educativa Colegio Internacional de Cartagena, tiene como uno de los objetivos en la labor de enseñanza. Asimismo, la comunicación organizacional convoca a los miembros de la institución educativa a compartir los valores de la organización. Este último aspecto, es crucial en virtud al papel que desempeña la comunicación en la construcción de una imagen corporativa, tanto al interior como al exterior del instituto.

Una buena comunicación eficiente circula en varias direcciones que conduce a la necesidad de establecer estrategias comunicativas concretas que incidan en los principales flujos de comunicación: descendente, ascendente y cruzada¹⁶.

¹⁶ PIZZOLANTE, Italo (2001). "La comunicación en el lenguaje de las emociones". En: CONGRESO DE INTELIGENCIA EMOCIONAL EJECUTIVA. (1º: 2001: Valencia) Ponencia del I Congreso de Inteligencia Emocional Ejecutiva. Valencia, Venezuela, Asociación de Ejecutivos del Estado Carabobo

Tabla 1. Flujos de comunicación

Flujo	Descripción
Comunicación descendente	Esta fluye desde los miembros ubicados en niveles altos hacia otros que ocupan niveles inferiores en la jerarquía organizacional. Una desventaja de este flujo de comunicación es que la información se pierde o se distorsiona al descender por la cadena de mando. La emisión de políticas y procedimientos por parte de la alta dirección no asegura la comunicación; de hecho, muchas de las órdenes no se comprenden y ni siquiera se leen. Por consiguiente, es fundamental contar con un sistema de retroalimentación para determinar si la información se percibió tal como era la intención del emisor.
Comunicación ascendente	Viaja desde los subalternos hacia los superiores y continúa ascendiendo por la organización. El problema que presenta este flujo es que puede ser obstaculizado por servidores que filtran los mensajes y no transmiten toda la información a sus jefes, en especial, la información desfavorable. Sin embargo, la transmisión objetiva de información es esencial para fines de control. La alta dirección necesita conocer específicamente los hechos sobre el desempeño de los procesos y de sus funcionarios
Comunicación cruzada	Se utiliza para acelerar la circulación de la información, mejorar la comprensión y coordinar los esfuerzos para el logro de los objetivos organizacionales. Incluye el flujo horizontal de información entre funcionarios de niveles organizacionales iguales o similares, y el flujo diagonal entre funcionarios de niveles diferentes que no tienen una relación de dependencia directa entre sí

Fuente: Pizzolante (2001).

La comunicación organizacional, empresarial o de cualquier sector en específico, se convierte en un elemento esencial, con la cual las instituciones educativas, hacen gestión coordinada entre las diferentes dependencias existentes, integrándose todas de forma que la comunicación sólo sea una, con el propósito de fortalecer y fomentar la identidad y por ende, mejorar su imagen corporativa,

pues se reconoce que adiciona al proceso, un modo de intercambiar, ejecutar acciones, distribuir responsabilidades, y transmitir las.

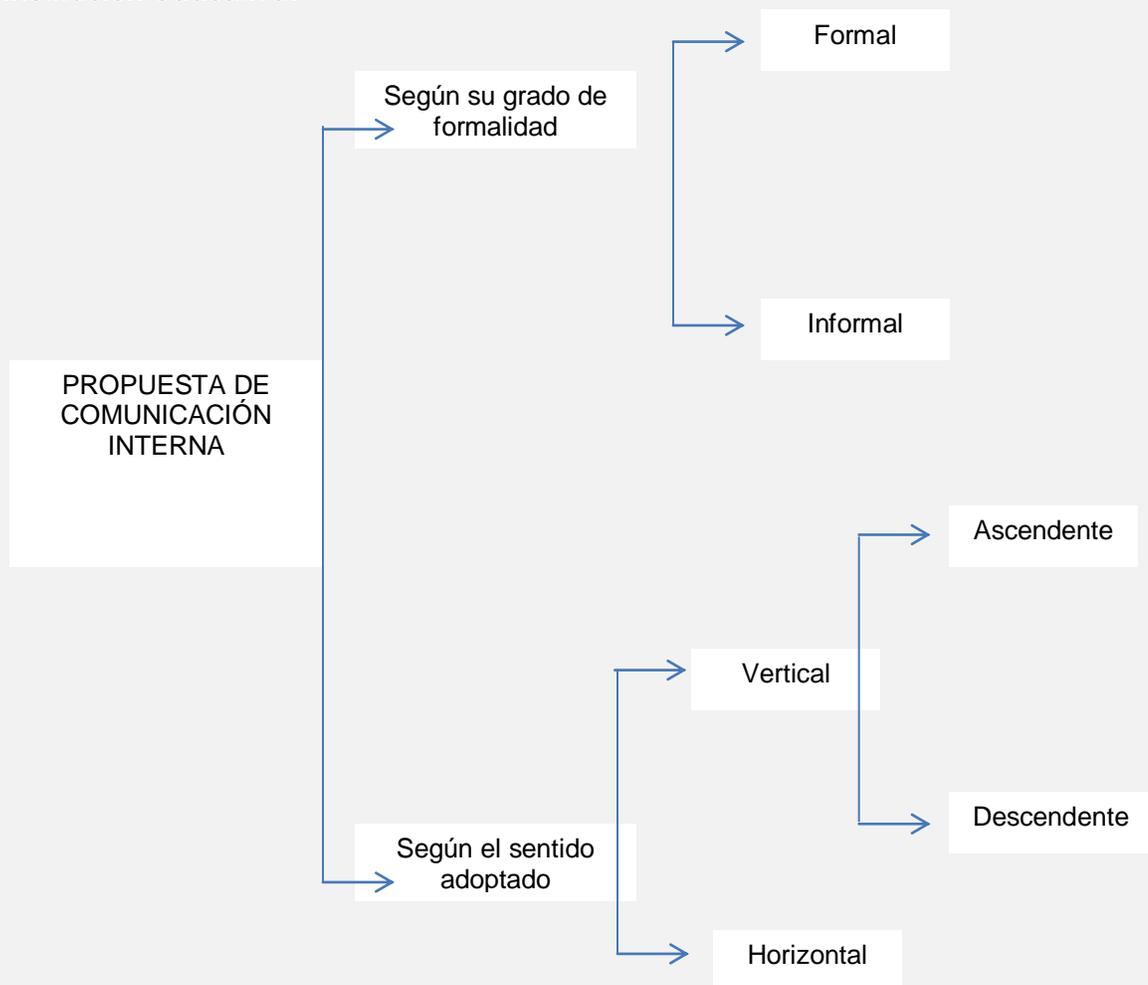
3.1 MEJORAMIENTO INTERNO

Dentro de la comunicación en una institución educativa como el Cartagena International School e internamente en las estructuras administrativas y organizacionales se advierte la importancia del recurso humano dentro del proceso de comunicación interna. La motivación se convierte en un factor importante, permitiendo que la gente reconozca la libertad para expresarse, reconozca que sus ideas son escuchadas, valoradas; por supuesto que repercutirá en mayores niveles de satisfacción en su lugar de trabajo y en una mayor fidelización de los empleados hacia la institución educativa, asumiendo, un mayor compromiso, así como una reducción de situaciones de conflicto tanto internos como externos.

...En la mayoría de las organizaciones, todos son los 'dueños' de las comunicaciones internas. El personal porque interactúa y cuando lo hace define sus propias pautas de comunicación en el marco de la cultura en la que convive. Los directivos porque creen que cuando 'bajan líneas' comunican, al igual que los supervisores y gerentes. El área de recursos humanos porque está en la propia naturaleza de los programas de inducción y capacitación, comunicar. Los comunicadores institucionales y de marketing porque ellos son los que manejan las herramientas de la comunicación, principalmente las mediáticas. El mayor problema es cuando, a raíz de esta superposición de áreas de incumbencia, la comunicación interna pasa a ser 'tierra de nadie' y la dirección no tiene

*política en absoluto al respecto, porque entiende bajo el concepto de comunicación algo totalmente distinto a lo que es realmente*¹⁷.

Es por ello, que es importante no dejar pasar por alto que el mejoramiento para una efectiva comunicación interna, nace de la necesidad del propio recurso humano, motivado en la necesidad de tener un cambio en beneficio personal y de todas las personas que hacen parte del departamento, división e incluso de toda la institución educativa.



¹⁷ Ritter, Michael (2005). Los profesores tienen la palabra, Barcelona, Grupo editorial Design.siglo XXI

De acuerdo a lo anterior, la propuesta básica que se pretende fomentar para la Corporación Educativa Colegio Internacional de Cartagena, es según los dos aspectos antes mencionados, según el grado de formalidad y el sentido que se pretende adoptar en los procesos de comunicación.

3.1.1 Matriz de factores internos. Esta matriz permite visualizar las debilidades y fortalezas en términos cuantitativos para así tomarlas y convertirlas en aspectos a resaltar en la entidad educativa.

Un paso resumido para realizar una auditoría interna de la administración en la institución educativa consiste en constituir una matriz de factores internos. Este instrumento para formular estrategias resume y evalúa las fuerzas y debilidades más importantes dentro de las áreas funcionales del Cartagena International School y además ofrece una base para identificar y evaluar las relaciones entre dichas áreas. Al elaborar una matriz de factores internos es necesario aplicar juicios intuitivos, por lo que el hecho de que esta técnica tenga apariencia de un enfoque científico no se debe interpretar como si la misma fuera del todo contundente. Es bastante más importante entender a fondo los factores incluidos que las cifras reales.

Tabla 2. Matriz de factores internos

Variables	Ponderado General	Ponderado grupal	Calificación		Resultados	
			Debilidad	Fortaleza	General	Grupal
PERCEPCION	0.60	1				
Misión				5	0.40	
Visión		0.10		4	0.40	
Cargo		0.10		4	0.40	
Integridad		0.10		5	0.50	
Calidad de vida		0.10		5	0.50	
Liderazgo		0.10		4	0.40	
Autonomía		0.10		4	0.40	
Gestión del conocimiento		0.10		4	0.40	
Participación		0.10		5	0.50	
FLUJOS DE COMUNICACIÓN	0.40	1			4.6	
Comunicación con directivas		0.20		5	0.50	
Liderazgos y/o sugerencias		0.20		5	0.50	
Comunicación entre compañeros		0.20		5	0.50	
Comunicación entre áreas		0.20		4	0.40	
Comunicación clara y efectiva en la entidad		0.20		4	0.40	

Fuente. Autoras del proyecto. 2011

Se puede concluir de acuerdo a la matriz de factores internos, que la institución es consecuente con la comunicación y el clima organizacional, observándose reflejado en la medición de los atributos en la mayoría de sus empleados y de acuerdo con la buena percepción que tienen de la entidad educativa.

Se observan las fortalezas en la variable de atributos, como el reconocimiento de la misión; cada uno de los empleados del Cartagena International School tiene claro y bien definido su desempeño dentro de la institución, además, resaltan los valores de la integridad en el actuar de la organización, la gerencia y empleados en general.

Igualmente, se identifica y establece que se respeta el tiempo trabajado destacando la importancia de ofrecer al trabajador una mejor calidad de vida y se

tiene en cuenta la participación de todos y cada uno de los miembros de las directivas de la entidad educativa.

Es importante analizar con detalle este problema porque le ayuda a la organización a actuar estratégicamente para crear, diseñar y elaborar estrategias de comunicación interna que permitan consolidar el plan de direccionamiento estratégico y generar mejoras en los flujos de comunicación. Con esto se logrará, que la empresa forme redes de comunicación más sólidas y sensibles a los intereses de los miembros. Éstas redes sustentarán la identidad, la filosofía, la cultura y el idioma de la misma manteniendo la coherencia entre el discurso de la entidad educativa y el actuar misma de la empresa.

Para que la comunicación interna dentro de la institución educativa sea dinámica y funcional, es preciso generar una serie de actividades y acciones por medio de sistemas, medios y espacios de comunicación. Ejemplo, reuniones formales e informales, buzones de sugerencias, oficinas de atención al público, usos de internet y la intranet para mantener cohesionado el flujo de comunicación en la institución.

El nivel interno en la Corporación Educativa Colegio Internacional de Cartagena se recurre a tres medios:

- Cartelera, boletines
- Correo interno
- memorando

Sin embargo, ninguno puede considerarse como un medio completamente eficaz. A modo de ejemplo, las carteleras, no todo el personal les presta la atención necesaria, no existe una especie de cultura de información a través de ellas; el correo interno, no todo el personal tiene acceso a un computador y, por tanto, no

hay acceso permanente al correo electrónico como canal de comunicación; y por último Memorandos, herramienta más usada, pero que en muchas oportunidades el personal hace caso omiso de ellos.

Una necesidad en la Corporación Educativa Colegio Internacional de Cartagena al realizar el análisis detallados sobre los medios usados al interior de la institución, sobre la calidad de su contenido y plantear nuevos medios de comunicación que puedan ser implementados, que sirvan como canales de comunicación para el personal de la organización y, replantear, en consecuencia, los medios existentes de forma lógica y periódica que le brinde la información a todos los empleados en el momento oportuno.

Actividades de comunicación usualmente usadas y que son útiles.

Tabla 3. Recursos de medios de comunicación en una institución educativa

Recursos	Ventajas / desventajas
Citas periódicas	Herramientas estratégicas de comunicación
Publicaciones	Sirve para la recolección de información básica y general sobre la empresa. Es un medio dinámico y abierto a la opinión y colaboración de los empleados. Es un medio que mantiene informado a todos los empleados sobre las novedades que ocurren en el interior del Cartagena International School.
Manual del empleado	Se encuentra las respuestas a las preguntas relacionadas con las funciones y los cargos que desempeñan los empleados, las condiciones y reglamentos de la institución educativa.
Comunicaciones escritas o Memorando	Comunicación breve, de contenido limitado que se emplea internamente en el Cartagena International School para mantener una adecuada información entre los diferentes miembros que pertenecen a la organización jerárquica de cada institución, son un medio

	útil para transmitir los cambios que se produzcan en las distintas políticas y procedimientos de la empresa que no estén reflejados en el manual del empleado
Boletín informativos	Publicación, generalmente semana o mensual, en la que se puede encontrar información de acontecimientos, reuniones o novedades de la institución educativa.
Reuniones	Las reuniones son un espacio de comunicación que tiene el propósito de integrar, informar, capacitar, reflexionar, tomar decisiones, etc. Es necesario determinar previamente la agenda de la sesión y transmitir la convocatoria a todo el personal. Facilitan el diálogo y fomentan las relaciones personales entre empleados que no suelen interactuar entre sí frecuentemente por encontrarse separados.
Comunicaciones informales	Comúnmente llamados rumores. También aluden al intercambio espontáneo de información que se produce entre los empleados de la organización.
Actividades sociales (paseos)	Utilizada para controlar la comunicación informal, consiste en un recorrido que el director realiza por toda la empresa para que los empleados de todos los niveles tengan la oportunidad de hacer sugerencias, comentarios o reclamos.
Carta personal	Textos escritos, generalmente de estructura enunciativa, que tienen por objeto presentar a diversas personas, empresas o entidades una información de interés general. Este tipo de texto se caracteriza porque es la reproducción en serie de un mismo contenido dirigido a diversos lectores que tienen interés en él. Las cartas deben ser breves y legibles. Se utilizan para difundir informaciones importantes tales como resultados, cambios en la organización, etc. Su ventaja radica en la rapidez con la que llega al receptor y el impacto que provoca el remitente. Por ello, se aconseja no realizarlas en forma múltiple con un destinatario común sino personalizado
Carteleras	Es un medio de comunicación muy efectivo. Debe estar ubicado en un lugar de acceso a todo el personal. Puede contener información general, normativas institucionales e informaciones que intercambia el personal. Es necesario que su contenido esté ordenado para que visualmente sea de rápida lectura y notorio el cambio periódico de su información. Es necesario, para evitar

	malos entendidos, consignar en cada mensaje los remitentes y su fecha
Folletos	Sobre temas particulares como las coberturas de las Aseguradoras de Riesgos Profesionales (ARP) o Qué hacer frente a un accidente laboral. Se pueden diseñar sencillos y prácticos trípticos para el personal en el contexto de campañas de concientización interna
Línea abierta o directa	Línea telefónica a la cual llamar, dejar preguntas, hacer sugerencias, temores, etc. Pueden utilizarla todos los integrantes de la organización y es obligatorio que, junto al mensaje, dejen su nombre y área a la que pertenecen. Los mensajes serán revisados por el responsable, quien a los pocos días debe dar respuesta a los mensajes
Buzón de comunicaciones	Permiten que todos los integrantes de la institución educativa se expresen con libertad y puedan hacer conocer a los niveles superiores de la organización sus inquietudes y planteamientos. No deben tenerse en cuenta los mensajes anónimos.
Intranet	Se están convirtiendo en una de las herramientas más utilizadas en la comunicación empresarial. Por su inmediatez e interactividad permiten potenciar el sentimiento corporativo y motivar a los empleados
E mail	Rapidez, interactividad, multidifusión, facilidad de fijación del destinatario. El correo electrónico o e-mail es un sistema mediante el cual los distintos empleados de una empresa pueden comunicarse entre sí a través de mensajes electrónicos escritos que son enviados mediante los terminales de las computadoras personales conectados a una red. Uno de los problemas es que al ser muy fácil de utilizar contribuye en algunos casos a que haya un exceso de información
Intranet	Es una red interna. Presenta la ventaja de ser un medio rápido e instantáneo. Sólo requiere un acceso a red.

3.2 COMUNICACIÓN INTERNA PROPUESTA

Actualmente, en la Corporación Educativa Colegio Internacional de Cartagena la comunicación interna está siendo reconocida como un factor clave para la rentabilidad y un aliado para conseguir sus objetivos estratégicos en situaciones de cambio. Una adecuada gestión de la comunicación dentro de la institución reduce la posibilidad de los flujos incontrolados de información, disminuyendo así en un alto grado el riesgo de conflicto.

Aunque la comunicación es consustancial a todo tipo de organizaciones, en la institución educativa ha sido considerada como excelentes en virtud a la preocupación por la calidad en todos sus ámbitos de gestión, y en el desarrollo de un modelo de comunicación. Y son estas organizaciones las que la consideran como una herramienta de gestión y un signo exterior de modernidad.

Tabla 4. Comunicación interna propuesta

Elementos	Descripción
Modelo de comunicación propuesto en una institución educativa	Participan todos los empleados de la institución educativa.
Responsabilidad y compromiso de la dirección	La apropiación por parte del equipo directivo de la comunicación interna como una herramienta de gestión y un aspecto fundamental de las responsabilidades directivas, lo cual implica un necesario cambio de mentalidad. Preocupación por las habilidades comunicacionales de los equipos directivos y la creación de un departamento de comunicación interna como garante del modelo
Fortalecimiento de nuevas tecnologías para la comunicación	Potenciar la intranet, como la herramienta que más se adapta a las actuales necesidades de comunicación interna, para ello se hace necesario crear un portal del empleado que contemple las tres características imprescindibles para consolidar un modelo de liderazgo y prevención de cambios fuertes: inmediatez, interactividad y estilo coloquial

Fuente: Autoras del proyecto. 2011

Este modelo es ampliamente viable con canales tradicionales o normales de la comunicación interna. El punto no tan ventajoso es el de Internet, hoy por hoy, radica que un alto porcentaje de los trabajadores de la Corporación Educativa Colegio Internacional de Cartagena no tienen acceso a ordenadores conectados a la red en tiempo real.

Éste debe ser dinámico y tiene que ser correspondiente a los objetivos, metas y filosofía que tenga planteada la organización. Generalmente se compone de la misión, visión, valores y objetivos. Es importante consolidar un plan de direccionamiento estratégico que se pueda dirigir desde una perspectiva de negocio y que sea coherente con el “hacia dónde se quiere ir y llegar.” Por último debe ser inteligible por medio de objetivos específicos encaminados hacia los resultados.

3.3 CULTURA ORGANIZACIONAL

La cultura podría concebirse como el conjunto de normas sociales que hacen posible la unión en una organización, en este sentido, expresa los valores, ideales sociales y creencias que los miembros de la organización llegan a compartir, los cuales se manifiestan en elementos simbólicos como mitos, rituales, historias, leyendas y un lenguaje especializado.

Es importante fortalecer la cultura propia de la organización, ya que gracias a ella se crea un grupo de valores, conocimientos y reglas implícitas que rigen el comportamiento diario en el lugar de trabajo y favorecen directamente la comunicación entre los miembros de la empresa, creando en los empleados un sentido de pertenencia.

Es de esta manera que la comunicación organizacional permite que el concepto de responsabilidad social empresarial amplíe sus horizontes y no se limite a informar solamente a los inversionistas; puesto que existen otros grupos de interés, tanto internos como externos, de importancia y beneficio para la organización, al informarles y comunicarles el accionar de la empresa reflejado en buenas prácticas, se fortalece y se promueve tanto la identidad como la imagen corporativa.

Las organizaciones encuentran en la comunicación el flujo de la información, este aspecto incide directamente con el sostenimiento del clima organizacional. Al lograr un mantenimiento de los buenos flujos de la comunicación donde las empresas tengan canales formales de información y la verificación de la misma disminuyen el voz a voz que pueden desestabilizan el mantenimiento y el cumplimiento normal de las labores en una entidad educativa.

3.4 CLIMA ORGANIZACIONAL

Muy ligado a la cultura organizacional se encuentra el clima organizacional, definido como un conjunto de propiedades medibles en un ambiente de trabajo, propiedades percibidas por quienes trabajan en él. Bajo esta perspectiva, el clima organizacional, es un elemento básico en la obtención de buenos resultados para la empresa, de ahí que sea imperiosa la necesidad de adelantar investigaciones dirigidas a identificar los puntos críticos que afectan al personal, investigaciones y estudios que se convierten en un elemento clave para mejorar el logro de objetivos por parte de los empleados y reduzcan a tiempo, aquellos factores que puedan afectar su motivación o desempeño.

Para cualquier institución educativa es importante conocer el clima organizacional, ya que este puede impactar de manera notoria en la actitud de los demás empleados. Del clima organizacional se pueden establecer diferencias en el rendimiento de un grupo o institución por completo.

3.5 AMBIENTE LABORAL Y GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

El clima laboral es el medio ambiente humano y físico en el que se desarrolla el trabajo cotidiano, por lo que está directamente ligado con la satisfacción laboral y, por tanto, en la productividad. Asimismo, está relacionado con el saber hacer del directivo, con los comportamientos de las personas, con las formas de trabajo, con las modalidades de relaciones laborales, con las máquinas que se utilizan y con la propia actividad de cada uno de uno de los miembros.

El área de recursos humanos (ARH) es una de las áreas más impactadas por los recientes cambios que acontecen en el mundo moderno. Las empresas advirtieron la importancia de considerar las personas como elemento esencial de su sistema nervioso porque introducen la inteligencia en los negocios y la racionalidad en las decisiones. Lo anterior desvirtúa el principio organizacional de tratar a las personas como recursos organizacionales, puesto que es desperdiciar el talento y la mente productiva. Por tanto, para proporcionar esta nueva visión de las personas, hoy se habla de gestión del talento humano y no de recursos humanos, y ya no se tratan como empleados remunerados en función de la disponibilidad de tiempo para la organización, sino como socios y colaboradores del negocio de la empresa¹⁸.

¹⁸ CHIAVENATO, Idalberto (2002). Gestión del talento humano, México, Mc GrawHil.

Los múltiples cambios en el escenario mundial han transformado el esquema del trabajo; de un esquema de dominación y poder se ha transitado a un esquema corporativo de colaboración mutua y coordinada.

Los niveles de comunicación al interior de la organización se han convertido en una herramienta fundamental para mantener informadas a las personas que están relacionadas con la empresa; además, estos difunden y fortalecen la cultura y los objetivos organizacionales.

Estos niveles son utilizados para el mantenimiento de una visión compartida y la disminución del rumor al interior de la organización; con esto se hace necesario que los medios sean un canal abierto que permitan la retroalimentación y no se queden en el papel de informantes unidireccionales; de esta manera se impulsa y fomenta el trabajo en equipo.

En consecuencia, la creación de un medio de comunicación para una organización no se puede quedar en el diseño inicial, debe estar en constante actualización con el fin de elaborar y desarrollar contenidos que se vayan adaptando a las necesidades que demande la Institución y el mercado, por ende lograr que no se quede obsoleto en el tiempo.

Los niveles de comunicación suele apuntar a todas las direcciones, un manejo adecuado de ésta puede llevar a lograr canales multidireccionales que confluyan en el trabajo en equipo, intercambio de información e interacción con los mensajes. La estrategia en los niveles de comunicación es hacer que los flujos de comunicación se fortalezcan y trabajen en pro de la Corporación Educativa Colegio Internacional de Cartagena cuando los niveles de comunicación se utilizan como herramientas de construcción conjunta resultan más beneficiosos puesto que la información es la que necesita la organización y su recepción va tener una mejor acogida.

Los niveles de comunicación y los procesos de fidelización al interior de la organización fomentan el desarrollo de la información creando corrientes dinámicas que hacen que la comunicación se convierta en acción para motivar de una manera estratégica el actuar de los miembros en la organización. La idea de mantener excelentes canales y flujos de comunicación es lograr que el empleado se sienta con la oportunidad de tomar iniciativa y decisiones de una manera correcta a favor de evidenciar el compromiso con la visión y filosofía encaminada a la estrategia empresarial.

3.6 MATRIZ DOFA COMO ANÁLISIS DE LA INSTITUCIÓN.

Dimensiones/VARIABLES	Fortalezas	Debilidades
Análisis Interno	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Voluntad de la Gerencia para iniciar la implementación del plan de comunicación. ❖ Capital humano con capacidad de gestión ❖ Acceso de internet y de teléfonos. ❖ Uso de comunicaciones como memorandos, circulares y cartas. ❖ Reuniones ocasionales con los empleados. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Hay un departamento de comunicaciones, pero no se ejerce esa tarea. ❖ No hay plan de comunicaciones. ❖ La información no es centralizada. ❖ Los manuales, ni reglamentos no son conocidos por todos los empleados. ❖ No todos los empleados tienen acceso a ordenadores conectados a la red.

	Oportunidades	Amenazas
Análisis Externo	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Intención de la Institución para la adopción de estrategias para mejorar las comunicaciones. ❖ ❖ Satisfacción del cliente interno. ❖ Creación de programas para fomentar la creación de la cultura interna en la Institución. ❖ Facilitar las herramientas que permitan el acceso a los medios de comunicación a todos los empleados. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Los empleados no oportunamente los mensajes. ❖ Bajo nivel de participación de los empleados en las actividades programadas. ❖ Poco sentido de pertenencia. ❖ En ocasiones no se siguen de forma correcta los procesos, por desconocimiento.

4. ANALISIS PROPUESTO PARA LA COMUNICACIÓN INTERNA EN LA CORPORACION EDUCATIVA COLEGIO INTERNACIONAL DE CARTAGENA

Dentro del proceso de una propuesta para el desarrollo de comunicación interna, la Corporación Educativa Colegio Internacional de Cartagena, no cuenta con un manual de crisis establecido y/o conocido, el cual ayudaría a disminuir diversas tensiones existentes entre los trabajadores del plantel educativo

4.1 COMUNICACIÓN INTERNA

En el sistema de comunicación de la Corporación Educativa Colegio Internacional de Cartagena debe:

- Facilitar el desarrollo de múltiples expresiones del saber.
- Precisar e implementar la imagen institucional, a fin de proyectar el quehacer académico a través del uso racional, creativo y lúdico de los medios y la participación de los diferentes estamentos.
- Promover una cultura de comunicación institucional como actividad articuladora que establezca una implementación coherente, racional y articuladora de los procesos y sus respectivos medios.
- Instaurar las condiciones que posibiliten que los medios de comunicación registren de manera integral y profunda el quehacer académico y su impacto en el desarrollo institucional y regional.
- Crear un espacio abierto que facilite el estamento educativo como es la Corporación Educativa Colegio Internacional de Cartagena, desarrollando

competencias o habilidades comunicativas, puedan colocarlas en práctica, participando en colectivos de producción radiofónica y audiovisual.

- Establecer planes, programas, proyectos, eventos y actividades de reconocimiento mutuo de las diferentes dependencias de la institución educativa.

4.2 SISTEMA DE COMUNICACIÓN

La Corporación Educativa Colegio Internacional de Cartagena maneja su sistema de comunicación descentralizada, es decir, cada una de las dependencias establece los planes, diseños, formas y medios para la interrelación con el medio externo e interno.

La entidad educativa está enfocada en el uso del logo como símbolo distintivo hacia el medio externo e interno. Los medios o frentes de acción utilizados para difundir la comunicación con la comunidad difieren de acuerdo con el criterio de cada dependencia y de su intencionalidad al comunicar. Cuenta con mecanismos propios por cada dependencia para la elaboración de sus comunicados internos o externos, la imagen visual de la institución (pasacalles, etc.) se establece según la necesidad de cada dependencia.

Esto ha conllevado a que la institución educativa no cuente con una imagen motivacional clara que orienta a la comunidad hacia una meta de identificación y empatía con la Institución resaltando sólo aquellas áreas que han orientada su estilo de comunicación.

La imagen promocional de la institución educativa es manejada de acuerdo con el criterio de cada dependencia hace que el público receptor del mensaje (interno o

externo) se interese sólo por aquellos productos o servicios que más le agradan o captan más su atención de acuerdo con la imagen que le proyecta cada ente.

La proyección del quehacer académico es presentada al público como ente independiente perdiendo su característica de universalidad y que orienta a la comunidad hacia un ente central que es colegio.

La comunicación interna manejada por la Corporación Educativa Colegio Internacional de Cartagena no tiene planes, ni políticas, mecanismos y controles claros hace que el mensaje que se quiere transmitir carezca de retroalimentación confiable y oportuna.

Las comunicaciones internas en el plantel educativo (comunicación formal) esta manejada a través de las carteleras de cada dependencia y los informativos generales son manejadas por los siguientes entes:

- Actas, resoluciones, normas, etc: Secretaria General
- Informativos de novedades de carácter administrativo: Las Oficinas Administrativas (División Financiera, División de Recursos Humanos, etc.)

4.3 PROPUESTA DE MEJORAMIENTO

Se recomienda de acuerdo a la estructura, que las acciones y gestión de la comunicación se haga bajo la responsabilidad del Gerente de Comunicaciones y Relaciones Públicas, con el objetivo de evolucionar a hacia un modelo de comunicación integral interna y externa, gestionando la comunicación corporativa.

La comunicación interna creada por el propio sistema de comunicación de la empresa, siendo uno de sus objetivos crear un clima cordial y de confianza donde el empleado se sienta a gusto y vea que sus objetivos y los de la institución están muy relacionados, está constituida por la información que se transmite a todos los niveles de empleados de la misma, y la que la empresa recibe de los trabajadores en un constante proceso de retroalimentación o feedback, siendo de responsabilidad de la Gerencia de Comunicaciones, debe ir de la mano y en coordinación con la Gerencia de Talento Humano, con acciones concretas sobre información sobre nómina, novedades y relaciones laborales, con la utilización de publicaciones internas de la Institución.

No podemos dejar de lado la comunicación externa, que se emite a la sociedad, publicidad y actividades de relaciones públicas; al igual que la información que recibimos del entorno. La comunicación interna y externa son dos sistemas interdependientes, todos los integrantes de la Institución también realizan funciones de comunicación externa y difunden la imagen de la Institución, es por esto que el sentimiento de pertenencia debe estar elevado y sentirse identificados para que se transmita una imagen positiva y sólida externamente.

Ejecutar el plan estratégico de comunicación al interior de la Institución con el uso de los dispositivos de comunicación interna en forma ascendente, descendente y transversal, con relaciones de comunicación entre interlocutores para el cumplimiento de objetivos estratégicos:

1. Comprometer las relaciones entre los empleados y la Institución.

- Interpersonal: reuniones y entrevistas formales e informales, asambleas.

2. Explicar, informar, razonar

- Escritos: formatos: distribución electrónica, impresos, actas

- Audiovisuales: presentaciones, videos,

3. Crear cultura Corporativa para motivar y sensibilizar al personal intercambiando información

- Psicológicas: celebraciones, eventos, protocolo a nuevos empleados,

- Articulación entre los sistemas de comunicación de la Empresa.

Desarrollar roles y funciones que dirigirán y orientarán el sistema de comunicaciones de la Corporación Educativa Colegio Internacional de Cartagena la forma de interacción con las diversas dependencias académicas.

Redefinir la imagen institucional para la Corporación Educativa Colegio Internacional de Cartagena que permita proyectar el quehacer académico a través del uso racional, creativo y lúdico de los medios internos del plantel educativo.

Establecer políticas, normas, procedimientos que definan el sistema de comunicaciones para la Corporación Educativa Colegio Internacional de Cartagena tanto interno como externo.

Creación de la política de manejo de información y de comunicación que permita afianzar la fidelidad de los trabajadores y empleados del plantel educativo. Reemplazar las normas no escritas con normas y reglamentos formales.

Fomentar una cultura de comunicación institucional como actividad articuladora del quehacer educativo del plantel educativo, y que promueva la implementación coherente, racional y articulada de los procesos y sus respectivos medios.

Realizar evaluación y control de la estrategia implementada de comunicación al finalizar el período académico para conocer los resultados de la estrategia.

En la aplicación del plan de comunicación interna, tener en cuenta las siguientes fases:

1. Determinar información a difundir (reglamentos, actas, información general, formación, etc.) y el público destinatario (trabajadores de la Institución).
2. Determinar el uso de los medios con que cuento (internet, memorandos, cartas, medios audiovisuales).
3. Formalización y presentación. Organización operativa y sensibilización del plan a todas la personas de las Institución.
4. Implantación y seguimiento. Se debe hacer acompañamiento de un sistema de seguimiento y de retroalimentación constante (mediante cuestionarios de clima laboral y entrevistas) para determinar la efectividad del plan.

Un punto débil es el acceso a internet, al no tener todos los empleados de la Institución acceso a ordenadores conectados a la red.

CONCLUSIONES

El mejoramiento en la Comunicación Interna contribuirá a la optimización de la interacción entre todas las personas que intervienen en la institución educativa, por medio de estrategias basadas en la Intracomunicación haciendo partícipes a los empleados en la creación, desarrollo y ejecución de los distintos proyectos que afecte a la Institución.

- Enseñar los planes de direccionamiento estratégico que se enmarcan entre la misión, visión y valores.
- La importancia de transmitir mensajes corporativos para mantener una comunicación eficaz entre los empleados.
- Potencializar el sentido de pertenencia e identidad.

La Corporación Educativa Colegio Internacional e Cartagena debe diseñar estrategias que permitan encontrar en los distintos niveles de comunicación ventajas para solidificar su entidad educativa.

Una propuesta de mejoramiento debe seguir parámetros donde se expongan qué hacen, hacia dónde se dirigen y bajo qué valores éticos actúan, además, la creación de un boletín de comunicación permitirá abrir canales de comunicación y fortalecer los flujos de comunicación desde y hacia los empleados y sobretodo, entre ellos.

Para la implementación y desarrollo de esta propuesta es importante y necesario contar con la misión y visión establecida. Además, que la creación y el desarrollo del boletín sea un canal contundente para conocer que sucede en la Corporación

Educativa Colegio Internacional de Cartagena en el desarrollo de nuevos espacios de interacción y el fortalecimiento del trabajo en equipo, bien se sabe que el éxito depende de la credibilidad que depositen en él.

Lo que se busca por medio de la comunicación interna es que todos los niveles de la Institución se sientan protagonistas y no sólo espectadores, ya que al conocer lo que hace y lo que se piensa hacer, se sentirán que forman parte de ella.

Un aspecto fundamental es la responsabilidad de las directivas de apropiarse de la comunicación interna como una herramienta de gestión en la comunicación interna por parte de los directivos.

BIBLIOGRAFÍA

ELÍAS, J y MASCARAY, J. Más allá de la comunicación interna: La Intracomunicación. Ediciones Gestión 2000, S.A., Barcelona.

ESCOBAR, Jorge (2003). “Tipos de comunicación corporativa – interna” [En línea], Disponible en: <http://www.miespacio.org/cont/aula/tiposco.htm>.

ENCICLOPEDIA Espasa, “Estructuralismo”, tomo 1, Madrid, Espasa Calpe, S.A.

JEREMIAH, Ryan. La Comunicación Humana. Universidad Católica Andrés Bello. Caracas, Venezuela. 1996.

MARTÍN, Fernando. Comunicación en Empresas e Instituciones de la consultoría a la dirección de comunicación. Ediciones Universidad de Salamanca. Salamanca, España.

MARDONÉS, José María. Filosofía de las Ciencias Humanas y Sociales. Materiales para una fundamentación científica, Anthropos, Barcelona 1992 (Reed.).

MÚNERA y SÁNCHEZ. Comunicación Empresarial una mirada corporativa. Colección Hermes. Medellín, Colombia. 2003.

THOMPSON, Iván. Concepto de organización aplicable a ambos casos [En línea]. Portal de Mercadotecnia, Octubre de 2007, Concepto de organización. Formato html. Disponible en Internet:
<http://www.promonegocios.net/empresa/conceptoorganizacion.html>

ZYLBERDYK, Yanina. (Abril de 2003). "Comunicación Organizacional" ¿Cómo funciona la comunicación? [En línea]. Disponible en:

<http://www.gestiopolis.com/canales/derrhh/articulos/56/dci.htm>,