



“JALBONI - Laboratorio mágico”

Plan Estratégico de Comunicación para la organización

Colegio Psicopedagógico Monseñor Jaime Alberto Bonilla Nieto - JALBONI

Mabel Yurani Marín Mejía
ID: 699379
mabel.marin@uniminuto.edu.co

Valentina García Rubio
ID: 703736
valentina.garcia-r@uniminuto.edu.co

Nicol Alexandra Garzón Peralta
ID: 608398
ngarzonpera@uniminuto.edu.co

Tutora: May Ling Carabaño D' Cruz

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Especialización en Comunicación Estratégica para las Organizaciones

Noviembre 2023

Bogotá D.C.

2. Resumen del proyecto

Este proyecto surge tras el interés de ofrecer posibles soluciones desde la comunicación al problema, necesidad u oportunidad del Colegio Psicopedagógico Monseñor Jaime Alberto Bonilla Nieto - JALBONI. Para ello el equipo de trabajo realizó un análisis situacional que abarcó su contexto organizacional, del entorno y comunicacional.

Para la recolección, registro y análisis de la información de la organización se realizaron: revisión documental, observación - diario de campo, entrevista, organigrama, mapeo de actores, mapeo de relaciones, encuestas, Phillips 6/6, línea del tiempo, matriz DOFA, CANVAS, PESTEL. Esto con el fin de conocer a profundidad el entorno situacional de la organización y poder identificar los posibles problemas a tratar a partir de la comunicación.

De acuerdo con los resultados obtenidos en el proceso a través de una metodología aplicada y descriptiva con un enfoque cualitativo, se han podido comprender los distintos roles gestados en torno a la institución educativa, así como su situación organizacional y de comunicación.

Palabras clave: Comunicación, comunicación estratégica, sostenibilidad financiera, posicionamiento y valor diferencial.

Tabla de contenido

2. Resumen del proyecto.....	2
3. Diseño metodológico.....	6
4. Contexto	12
4.1 Contexto de la organización	12
4.1.1 Historia	12
4.1.2 Tipo de organización	15
4.1.3 Nivel estratégico	16
4.1.4 Estructura organizacional	20
4.1.5 Talento Humano	20
4.2 Contexto del entorno.....	24
4.2.1 Modelo PESTEL.....	24
4.3 Contexto de la comunicación	27
4.3.1 Mapa de actores	27
4.3.2 Sociograma	28
4.3.3 Canales de información.....	30
4.3.4 Cultura Organizacional	31
5. Problema, necesidad u oportunidad.....	34
5.1 Pregunta orientadora	34
5.2 Problema, necesidad u oportunidad	34
6. Antecedentes del problema	36
6.1 Conceptuales	37
6.2 Prácticos	39
7. Categorización	42
8. Resultados.....	51
9. Transformación organizacional	52
10. Plan estratégico de comunicación.....	54
a. Nombre del PECO (nombre, logo y slogan).....	54
b. Infografía síntesis del PECO	55
c. Matriz de diseño estratégico	55
d. Objetivos.....	55
e. Públicos	56
f. Estrategias, tácticas y acciones.....	57
g. Cronograma de actividades.....	82

h. Presupuesto.....	83
11. Conclusiones	85
12. Referencias.....	88
13. Anexos.....	92

Índice de tablas

Tabla 1: Diagrama de Gantt	12
Tabla 2: Matriz de estrategias y tácticas	82
Tabla 3: Cronograma	83
Tabla 4: Presupuesto JALBONI	84

Índice de gráficos

Ilustración 1. Línea del tiempo de la organización	14
Ilustración 2. Galería Fotográfica	15
Ilustración 3: Organigrama de la organización	20
Ilustración 4: Modelo CANVAS de la organización	22
Ilustración 5: DOFA de la organización	23
Ilustración 6: Modelo PESTEL de la organización	24
Ilustración 7: Mapa de actores de la organización	27
Ilustración 8: Sociograma	29
Ilustración 9: Cultura organizacional	31
Ilustración 10: Árbol de problemas	36
Ilustración 11: Logo y slogan	54
Ilustración 12: Infografía síntesis del PECO	55
Ilustración 13: Tradición Jalbonista	64
Ilustración 14: Mural de las emociones	65
Ilustración 16: Cortometraje Familia Jalbonista	71
Ilustración 17: Talleres de creación	71
Ilustración 18: Sitio web JALBONI	79
Ilustración 20: Publicidad en social media	80
Ilustración 21: Jornada de puertas abiertas - Conoce el JALBONI	81

3. Diseño metodológico

Teniendo en cuenta la metodología aplicada con un enfoque descriptivo y cualitativo en la que se enmarca el proyecto, se hizo necesario contemplar la opinión que dan a conocer distintos autores respecto a los conceptos de metodología, técnicas y diseño metodológico, para orientar y comprender con mayor amplitud el papel tan importante que se cumple a la hora de desarrollar una intervención a nivel estratégico y comunicacional en una organización.

La metodología aplicada, permitió recolectar y analizar las variables que giraban en torno a los interrogantes iniciales dentro del proceso de investigación y así encontrar las respuestas que condujeron a determinar la situación organizacional de la institución educativa. Además, el enfoque cualitativo y descriptivo de la metodología permitió generar una ruta de intervención para enfocar la mirada y el objeto de estudio en los aspectos principales que fueron expuestos por la comunidad educativa a través de las distintas herramientas y técnicas de análisis implementadas. Teniendo en cuenta que las percepciones de los actores no podían ser cuantificables completamente, no era suficiente con darle a esta metodología un enfoque cualitativo únicamente, por lo que también se tuvo en cuenta el enfoque descriptivo, el cual brindó la posibilidad de definir y caracterizar específicamente los aspectos a resaltar y los posibles puntos de encuentro de cada una de las interrogantes, hasta llegar al centro de la situación que aqueja a la institución.

Para Fidia Arias, una técnica de investigación es “el procedimiento o forma particular de obtener datos o información” (Arias, p. 68) y, por tanto, “las técnicas son particulares y específicas de una disciplina, por lo que sirven de complemento al método científico, el cual posee una aplicabilidad general” (Arias, p. 68). Una técnica o instrumento para recolectar la información requerida a la hora de implementar un proyecto de investigación, hace referencia a los recursos materiales que son empleados durante el proceso investigativo

para el óptimo almacenamiento de los datos. Esto permite comprender que es indispensable planificar correctamente los instrumentos que se desean aplicar durante el proyecto para que la recolección de información no se convierta en una tarea compleja y por el contrario tenga orden y eficacia.

Según Roberto Hernández Sampieri el diseño es el plan o estrategia concebida para obtener la información que se desea con el fin de responder al planteamiento del problema (Hernández, p. 128). El diseño es la planeación que se debe realizar a la hora de empezar una investigación, determinando las técnicas que se deben implementar para obtener la información recolectada.

Así mismo, Guillermo Briones señala que la metodología de la investigación “es la estrategia que se utilizará para cumplir con los objetivos de esa investigación. En términos prácticos, tal estrategia está compuesta por una serie de decisiones, procedimientos y técnicas que cumplen funciones particulares” (Briones, p. 25). En este sentido, la metodología es una parte fundamental a la hora de elaborar una investigación, ya que es la ruta a seguir para alcanzar los objetivos propuestos de una forma organizada.

En el primer semestre de 2023 luego de realizar un acercamiento inicial a la organización Colegio Psicopedagógico Monseñor Jaime Alberto Bonilla Nieto - JALBONI, se implementaron distintas metodologías y técnicas de carácter participativo que facilitaron la recolección de información y que permitieron cumplir con los distintos objetivos de la indagación, los cuales eran conocer el funcionamiento del Colegio Psicopedagógico Monseñor Jaime Alberto Bonilla Nieto - JALBONI a través de técnicas de recolección de información, para determinar el problema, necesidad u oportunidad central de la organización; comprender el diagnóstico comunicacional realizado en la organización mediante técnicas de análisis de la información recolectada, para identificar la posible ruta de intervención; y determinar cuáles son los actores que se ven afectados por el problema,

necesidad u oportunidad de la institución educativa y que se desenvuelven en torno a la organización.

Para dar inicio, se realizó una revisión documental y se llevó a cabo un seguimiento constante a la información que proyecta la organización en su entorno. También, se hizo la debida planeación del diagrama de Gantt con el fin de cumplir con los tiempos estipulados. Del mismo modo, se pudo identificar la percepción de los actores involucrados frente a la institución educativa a través de encuestas a padres de familia y estudiantes, entrevista al coordinador y taller Phillips 6/6 con directivos y docentes.

La entrevista realizada al coordinador académico del JALBONI permitió observar un panorama más amplio respecto a la institución educativa, donde se evidenció que el Colegio Psicopedagógico Monseñor Jaime Alberto Bonilla Nieto - JALBONI surgió como respuesta a la necesidad de brindar educación de calidad a los estudiantes de la zona. La institución está conformada por un equipo de docentes, administrativos y directivos comprometidos con ofrecer una educación de calidad y cumplir con los lineamientos establecidos por la Secretaría de Educación y la Dirección Local de Educación de Usme (CADEL). Además, se enfoca en el bienestar de los estudiantes y la comunidad en general, siempre buscando dejar una huella positiva en la localidad.

La misión principal del JALBONI es el desarrollo integral de sus estudiantes, no solo en el ámbito curricular sino también en el personal y el espiritual, buscando formar buenos ciudadanos comprometidos con su sociedad. La institución se enfoca en crear metodologías y recursos que ayuden a los estudiantes a superar sus miedos y dificultades y promueve la integridad y el liderazgo en la comunidad educativa.

Además, se enfoca en formar estudiantes íntegros y comprometidos con su sociedad, siendo un ejemplo de excelencia para su país. Se destaca la importancia de

enseñar con amor y motivación, no solo dirigidos en la evaluación de conocimientos, sino en el desarrollo personal y emocional de los estudiantes.

La institución también tiene una marca propia en la localidad. El JALBONI busca crear empatía y relaciones positivas entre todos los miembros de la comunidad educativa, integrando a los padres en el proceso educativo de sus hijos y fortaleciendo la relación entre ellos y la institución. La productividad se evalúa por medio de gestiones y actividades y se realiza una evaluación institucional periódica que permite identificar áreas de mejora y desarrollar planes de mejoramiento anuales. En general, la institución es un lugar de encuentro donde se fomenta el aprendizaje continuo y el desarrollo integral de los estudiantes, profesores y padres de familia. La institución busca formar agentes de cambio que contribuyan positivamente a la realidad que los rodea, con el objetivo de mejorar la sociedad y el país en general.

Así mismo, se realizaron encuestas a los padres de familia y a los estudiantes. Por un lado, la primera encuesta se aplicó a 33 estudiantes de grado sexto a noveno de la institución educativa, las preguntas que se plantearon en la herramienta de recolección de información estaban orientadas a conocer la percepción que tenían los jóvenes frente al colegio y a los procesos institucionales que se llevaban a cabo en el JALBONI. Esta encuesta dejó como evidencia que ellos notan que hay áreas de mejora para proporcionar una educación completa y equitativa, y que es importante que el colegio preste atención a las necesidades de los estudiantes y fomente una comunidad y un ambiente de enseñanza positivos. Los estudiantes desean tener una educación más holística y la inclusión de actividades sociales y recreativas podría mejorar el ambiente escolar y la cohesión entre los estudiantes. En conclusión, el colegio debe seguir trabajando para mejorar la calidad de la educación que ofrece y responder a las necesidades de los estudiantes para proporcionar una experiencia educativa completa y de alta calidad.

Por otro lado, la segunda encuesta se aplicó a 36 padres de familia de la institución educativa, siendo una encuesta indicativa de las percepciones que tienen los padres de familia frente al colegio, lo que permitió ver que el Colegio Psicopedagógico Monseñor Jaime Alberto Bonilla Nieto - JALBONI es una institución educativa que es reconocida por los padres de familia que pertenecen a ella como una institución que se preocupa por el bienestar de la comunidad que la conforma. Así mismo, reconocen los principios y valores que son fundamento de la institución y que prevalecen para cumplir sus objetivos.

La participación que tuvo la comunidad de padres de familia en esta encuesta refleja que existe un interés por parte de la comunidad educativa para proponer opciones de mejora que permitan un cambio significativo en pro de los estudiantes y las dinámicas implementadas por la institución.

Además, se realizó un taller Phillips 6/6 con los 10 docentes y el coordinador de la institución educativa, donde se planteó un espacio de participación y diálogo para conocer las distintas necesidades y oportunidades de mejora que tiene el colegio; gracias a este espacio se logró evidenciar las percepciones que cada docente tiene desde el rol que ejercen en la organización, siendo un encuentro muy productivo para conocer a profundidad las dinámicas de la institución educativa.

Por otro lado, se llevó a cabo un taller de línea del tiempo con docentes y directivos de la institución educativa, que tenía como fin reconstruir la historia de la organización y así conocer los momentos más importantes que recordaban los actores sociales desde su fundación. Esta herramienta permitió a las investigadoras identificar momentos icónicos del JALBONI, siendo insumo para conocer las características y atributos que hace que el Colegio Psicopedagógico Monseñor Jaime Alberto Bonilla Nieto - JALBONI sea reconocido con tanta calidad en los miembros de su comunidad educativa.

Adicionalmente, se llevó a cabo un taller de mapeo de actores y uno de relaciones que tenían como fin identificar cuáles eran los actores sociales de la organización y conocer las relaciones entre ellos, identificando quienes tenían roles de liderazgo, quienes eran los encargados de la toma de decisiones en la institución educativa y los roles de cada miembro de la comunidad educativa.

La identidad que se ha creado entre la comunidad educativa con base en los objetivos de la institución refleja que existe un compromiso y un tejido sólido para llevar a buen término el cumplimiento de su misión y visión dejando en el centro de sus propósitos a los estudiantes.

Pese a que la mirada que tienen los padres de familia respecto a la institución educativa y sus dinámicas es positiva, se evidencia que la visibilidad de las actividades y la implementación de nuevas dinámicas de enseñanza son necesarias para que exista una transformación significativa. Se hace necesario mantener las fortalezas y trabajar en reforzar aspectos, pero también es indispensable construir nuevas formas, más creativas e innovadoras, de alcanzar los objetivos propuestos, ya que la realidad así lo requiere.

Luego de obtener la información necesaria para conocer a la organización a través de las herramientas de recolección mencionadas anteriormente, el equipo de trabajo realizó una Matriz DOFA de la organización para identificar las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas que tenía la institución educativa. Así mismo, elaboró el modelo CANVAS para conocer a profundidad cuáles son los aliados clave, cuáles son las fuentes de ingreso, la estructura de costos y la propuesta de valor de esta organización. También, era necesario conocer el contexto en el cuál se encuentra la organización y por esta razón, se implementó el modelo PESTEL para conocer las dimensiones políticas, económicas, sociales, tecnológicas, ecológicas y legales que pueden impactar de manera positiva o negativa la organización.

Finalmente, gracias a la información brindada por las herramientas de recolección de información y de gestión se elaboró un árbol de problemas con sus respectivas causas y efectos, para así lograr identificar el problema o necesidad que tiene el Colegio Psicopedagógico Monseñor Jaime Alberto Bonilla Nieto - JALBONI.

Tabla 1: [Diagrama de Gantt](#)

DIAGRAMA DE GANTT																				
ACTIVIDADES	FEBRERO				MARZO					ABRIL				MAYO					JUNIO	
FASE DIAGNÓSTICO	SEMANAS				SEMANAS					SEMANAS				SEMANAS					SEMANAS	
#	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2
Revisión documental	■																			
Primer contacto	■																			
Primer acercamiento		■																		
Diario de campo		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■		
Entrevista					■															
Mapeo de actores									■											
Mapeo de relaciones													■							
Línea del tiempo												■								
Phillips 6/6															■					
Encuestas												■							■	
Organigrama											■									
Matriz DOFA													■							
CANVAS														■	■					
PESTEL														■	■					
Árbol de problemas																		■		
Identificación del problema																		■	■	
Entrega de resultados																				

Fuente: elaboración propia (2023)

4. Contexto

4.1 Contexto de la organización

4.1.1 Historia

El Colegio Psicopedagógico Monseñor Jaime Alberto Bonilla Nieto surge a razón de que en el año 2000 en el sector se cierra un colegio que atendía aproximadamente 2.000 a 3.000 estudiantes. Este colegio conocido como el San Antonio es cerrado debido a una

inundación que hubo en el sector, ya que se encontraba ubicado alrededor de unas canteras.

Por este motivo, la Fundación San Antonio tomó la decisión de inundar el colegio para evitar que más abajo el caudal del río Tunjuelito inundara Tunjuelito, Isla del sol y Bosa. A raíz de esta situación quedan tanto estudiantes sin un colegio, como profesores sin un trabajo estable.

Gabriel García, el rector del Colegio Psicopedagógico Monseñor Jaime Alberto Bonilla Nieto, era trabajador del colegio San Antonio y debido a la situación toma la decisión de crear un colegio cercano, en el barrio Nuevo San Andrés de Los Altos, que es donde está ubicado actualmente; se abre el colegio e inician a trabajar profesores del colegio San Antonio. Se da inicio a las labores con un promedio, el primer año, de aproximadamente 37 estudiantes y año tras año fue aumentando la cantidad de estudiantes.

En principio, en el año 2002, las labores de la institución educativa se emplean bajo el nombre del colegio Psicopedagógico Futuro Villa del Río, pues inició como una sede alterna de dicha institución hasta que posteriormente en el año 2005, el 11 de febrero, se obtiene la aprobación oficial para laborar como Colegio Psicopedagógico Monseñor Jaime Alberto Bonilla Nieto (JALBONI), nombre con el que se le conoce actualmente.

El nombre de esta institución educativa tiene un significado especial. Puesto a que Monseñor Jaime Alberto Bonilla Nieto, quien además de ser rector del colegio San Antonio fue un gran amigo del rector del JALBONI. Más allá de este vínculo, el nombre se otorga en honor a Monseñor luego de su fallecimiento en el 2001.

Monseñor tenía una parroquia ubicada en el Country y allí ingresan unos ladrones a la sacristía en la madrugada del 24 de diciembre, los ladrones le proporcionan un golpe muy

fuerte en la cabeza y le ocasionan la muerte. Desde ese momento, Gabriel García toma la decisión de hacerle un homenaje a él haciendo que el colegio lleve su nombre. Sin embargo, el proceso para conseguir la aprobación con este nombre no fue fácil, se hizo necesario enviar cartas y documentos a la familia de Monseñor que vive en España, pasar papeles a la arquidiócesis de Bogotá y enviar cartas al Vaticano para poder utilizar el nombre de un sacerdote como nombre del colegio.

Hasta la actualidad el JALBONI lleva 20 años en la localidad, es una empresa familiar. Cuenta con un reconocimiento positivo en el sector, gracias a que sus objetivos están dispuestos a manejar un ambiente laboral de familia, donde se trata tanto chicos como a padres y docentes en un ambiente de empatía, además al ser un colegio pequeño destaca un compromiso frente a una labor académica más cercana en términos de vínculos sólidos y amables.

Ilustración 1. [Línea del tiempo de la organización](#)



Fuente: elaboración propia (2023)

A continuación, encontrarán una galería fotográfica de los mejores momentos de la organización, que tienen como fin ilustrar la esencia del JALBONI y exaltar los mejores momentos de la institución educativa desde su creación.

Ilustración 2. Galería Fotográfica



Fuente: elaboración propia (2023)

4.1.2 Tipo de organización

El Colegio Psicopedagógico Jaime Alberto Bonilla Nieto es una institución privada que se fundó en el año 2002, se encuentra ubicada en la localidad de Usme en el barrio Nuevo San Andrés de los Altos. Actualmente cuenta con 114 estudiantes activos en los

diferentes ciclos, desde grado preescolar hasta grado noveno. También, cuenta con un grupo docente de 10 integrantes, el rector Gabriel García, el coordinador académico Rafael García, la secretaria Adriana Rubio, el contador William Maya y la persona encargada del aseo de la institución, Gloria Castellanos. Esto quiere decir, que el JALBONI es una organización mediana, privada, comercial, con ánimo de lucro y nacional.

Su proyecto educativo institucional P.E.I es la organización y planeación del tiempo libre. Siendo esta una estrategia para la formación de niños y jóvenes autónomos y creativos con un énfasis en valores para la sana convivencia en y para la paz. Además, esta institución educativa se enfoca en una formación integral que busca mejorar la calidad de vida fomentando la criticidad y el sentido de pertenencia.

La institución le apunta a la transformación y desde sus acciones académicas aporta significativamente al cambio. Del mismo modo, se destaca por propiciar un ambiente cálido y sano donde se gestan tejidos sociales sólidos para el óptimo desarrollo de la personalidad de cada uno de los estudiantes. Su visión es ser una institución líder en educación que busca mejorar la calidad de vida de la comunidad educativa.

4.1.3 Nivel estratégico

Misión

“La misión del Colegio Psicopedagógico Monseñor Jaime Alberto Bonilla Nieto es lograr el desarrollo de metodologías y recursos para la construcción de experiencias que ayuden en lo curricular a un mejor y exitoso desempeño y desde lo cotidiano enseñen al alumno y a la alumna a integrar un proceder y pensamiento apropiado referente de un individuo preparado, maduro y consciente de su responsabilidad frente a las metas y objetivos por cumplir en la institución, motivos que hacen del quehacer de los y las estudiantes y de la comunidad en general; experiencias de desarrollo curricular, espiritual, cognitivo y moral en las que se afirmen las personas como sujetos de valores; experiencias

para el desarrollo del pensamiento, con altos niveles de calidad académica en sus aplicaciones y experiencias de liderazgo y de compromiso social con la sociedad, que a futuro seguramente liderarán”. (Carpeta PEI - JALBONI, 2002)

Visión

“La visión de futuro del Colegio Psicopedagógico Monseñor Jaime Alberto Bonilla Nieto se enmarca en el compromiso común de cada uno de los miembros de la Comunidad Educativa por formar hombres y mujeres íntegros (as) e integrales. Se busca entonces que demuestren liderazgo social, que se pronuncian y se comprometan ante el mundo que les rodea, que sean agentes de cambio; que integren y sean coherentes entre lo que piensan, sienten, dicen y hacen, que sean creativos (as) y que tengan la solidez intelectual y profesional para dinamizar procesos culturales y sociales de cambio en nuestro país y fuera de él en la mejora de nuestra sociedad. Por eso nuestro colegio, busca resaltar como referente de una educación verdaderamente integral a nivel nacional”. (Carpeta PEI - JALBONI, 2002)

Filosofía

“El Colegio Psicopedagógico Monseñor Jaime Alberto Bonilla Nieto es un lugar de encuentro, con un ambiente de relaciones humanas positivas, en procura de una educación integral eminentemente creativa y forjadora de personas nuevas capaces de tener actitudes definidas y realizar acciones concretas en favor de sí mismas, de sus semejantes, de su familia, de su colegio y de su patria y sean capaces de proyectarse a su entorno. Los niños que están en nuestras manos han sido convocados para alcanzar la verdad, la belleza y la comunicación en el encuentro y la convivencia con los otros, teniendo como modelos de acción a Dios y a sus padres. La formación que los niños reciben en el colegio contribuye al desarrollo integral de su personalidad. Ellos mismos han de descubrir la necesidad de relacionarse y dar lo mejor de sí para bien de la comunidad en la que se desenvuelven”. (Carpeta PEI - JALBONI, 2002)

P.E.I Plan Educativo Institucional

Es una estrategia que se enfoca en la formación de niños autónomos y creativos con énfasis en valores para una sana convivencia en y para la paz.

Esta estrategia es denominada por la institución educativa como **ORPLATIELI**, que significa *“Organización y planeación del tiempo libre”*.

Principios

El proyecto educativo del Colegio Psicopedagógico Monseñor Jaime Alberto Bonilla Nieto está basado en los siguientes principios:

- Formación curricular y cognitiva sobresaliente acompañada de un proceso de responsable respetuoso y exitoso de ejemplo.
- Construcción de valores.
- Compromiso social y liderazgo de servicio.
- Excelencia académica.
- Formación para la excelencia.

“El colegio pretende formar jóvenes para el futuro, con visión clara de un desarrollo sostenible equitativo integradas al currículo y a su proceder diario, con capacidad de liderazgo, con sentido propio de la responsabilidad, deseosos de participar en la transformación de su entorno y buscadores de la libertad, la ciencia y la fraternidad, como elementos básicos de la paz y de una sana convivencia y verdadera educación para lo social.

Es un formar jóvenes que se constituyan y emergen como una nueva clase social: el cognitariado (personas trabajadoras y líderes en el ejercicio mental, capaces de utilizar la información e interrelacionarse, individuos capaces de trabajar en equipo y con grandes capacidades para solucionar problemas y promover cambios estructurales, sociales,

espirituales y morales). Es un formar jóvenes capaces y preparados integralmente en el área cognitiva, curricular, educativa y del mismo modo en lo personal y humano, especialmente una formación en el área cognitiva para enfrentar la nueva civilización del conocimiento, de la información y de la comunicación actual mediante el uso asertivo de las TICS". (Carpeta PEI - JALBONI, 2002)

Principios: formación ética y profesional

“Construcción del ambiente común y cotidiano del colegio como expresión de nuestra relación con los compañeros, con los docentes, con los demás vínculos y personas activas en los procesos y el conocimiento y reconocimiento de “un ser supremo”, a través del respeto, la correlación inter pares en comprensión y tolerancia, resultado del crecimiento personal y del compromiso de servicio a los demás, acorde con el concepto de comunidad, incluyendo el llamado de un ser espiritual y moral, entendido como:

- Comprender a las personas y su entorno como criaturas de Dios.
- Vivenciar la relación con “ese ser supremo”, a través de la experiencia personal de su vida.
- Hacer de la cotidianidad del colegio un espacio de fraternidad y amor, a través del diálogo y del sano debate, la crítica constructiva y la autovaloración, para crecer integrales, logrando vivir como miembros fieles el testimonio verdadero una vida con principios, autoestima, respeto, disciplina, valores y moral.
- Procurar cada vez mayor consistencia y coherencia entre lo que somos, lo que pensamos, lo que decimos y lo que hacemos.
- Conocer y valorar los principios, los valores, la reflexión y el autocontrol, autodisciplina y el respeto hacia sí mismo(a) y hacia los demás como la fuente de una vida integral y de la sana convivencia” (Carpeta PEI - JALBONI, 2002).

4.1.4 Estructura organizacional

El Colegio Psicopedagógico Monseñor Jaime Alberto Bonilla Nieto - JALBONI cuenta con una estructura organizativa que, aunque evidencia las distintas jerarquías manejadas en la institución educativa, representa o contempla el rol que cada actor cumple al interior de la misma de una forma particular, ya que todos de una u otra forma influyen significativamente al funcionamiento de la organización.

Por esta razón, el JALBONI presenta su organigrama de manera circular en donde los estudiantes se convierten en el eje central de su organización y en torno a estos actores circulan los demás sujetos y grupos involucrados.

Ilustración 3: [Organigrama de la organización](#)



Fuente: elaboración propia (2023)

4.1.5 Talento Humano

El JALBONI cuenta con 114 estudiantes activos desde grado preescolar hasta grado noveno; un grupo docente de 10 integrantes, distribuidos de la siguiente manera: 4

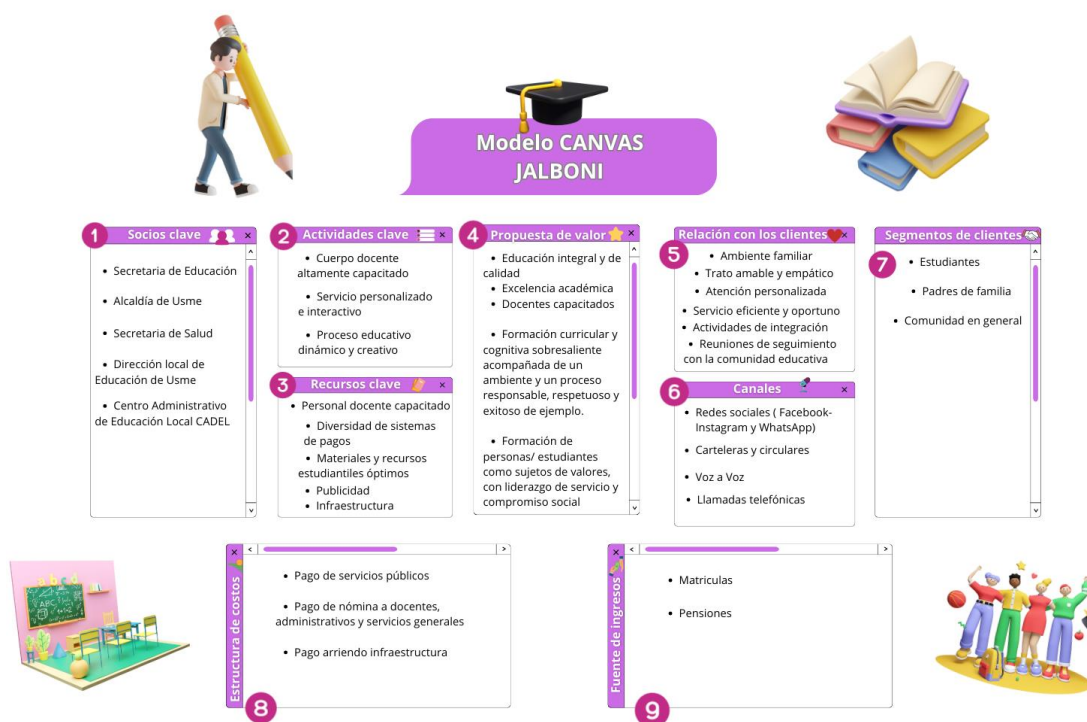
docentes entre los grados preescolar a tercero y 6 docentes entre los grados cuarto a noveno en las diferentes áreas; el rector Gabriel García, el coordinador académico Rafael García, la secretaria Adriana Rubio, el contador William Maya y la persona encargada de los servicios generales en la institución, Gloria Castellanos. Esto quiere decir, que el JALBONI es una organización pequeña, privada, comercial, con ánimo de lucro y nacional.

Cabe resaltar que para el análisis del contexto se aplicaron técnicas como el CANVAS y el DOFA:

CANVAS

El modelo de negocio CANVAS permitió identificar nueve ítems a nivel interno y externo del JALBONI lo que favorece el proceso de diagnóstico y así determinar cuáles son los aspectos claves de la organización.

Ilustración 4: Modelo CANVAS de la organización



Fuente: elaboración propia (2023)

Aplicado al proyecto se identificó que los distintos entes reguladores como el CADEL y la Secretaría de Educación aportan de manera significativa a la misión y visión de la institución educativa. Así mismo, se destaca por brindar una educación integral y de calidad basada en valores para crear buenos ciudadanos que aporten a la transformación de la sociedad, con un cuerpo docente altamente capacitado, proporcionando un ambiente familiar desde un trato amable y empático donde los padres de familia y estudiantes son el centro de sus gestiones. Por otro lado, se identificó la fuente de sus ingresos los cuales provienen únicamente de matrículas y pensiones y sus gastos se dividen en pago de nómina a sus trabajadores, pago de servicios públicos y alquiler del inmueble.

Matriz DOFA

En el proceso de análisis de la información se identificaron las debilidades y fortalezas del Colegio Psicopedagógico Monseñor Jaime Alberto Bonilla Nieto - JALBONI y las posibles oportunidades y amenazas a las que se puede enfrentar.

Ilustración 5: DOFA de la organización




MATRIZ DOFA			
DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	FORTALEZAS	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Limitaciones de espacio físico para la ampliación de la oferta educativa. • Escasez de recursos financieros para invertir en tecnología y capacitación. • Bajo reconocimiento y posicionamiento en el ámbito nacional. • Dificultad en mostrar todas las actividades que se realizan en la institución debido a la carga de trabajo. • Falta de integralidad entre los padres, acudientes y la institución. • Falta de apoyo, y aprovechamiento de otras potencialidades del grupo de profesores. • Dificultad para convertirse en uno de los mejores centros educativos del sector. • Falta de apoyo para re-crear las ofertas de danza y deporte para diferenciarse de otros colegios. • Disciplina y seguimiento en actividades extracurriculares. • Falta de publicidad para ampliar la oferta educativa en la localidad. • No se mantiene la educación de Preescolar a grado once. • Falta de creación y definición de un perfil ético-cívico-social de los estudiantes para hacer eco en el sector • Falta de alianzas estratégicas como colegios, universidades e identidades públicas que ayuden a crecer el colegio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Nuevas tecnologías para la educación. • Programas gubernamentales de apoyo a la educación. • Reconocimiento en el sector. • Mayor demanda de servicios educativos en la zona. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ambiente laboral y educativo familiar basado en la empatía. • Un enfoque en la educación integral que fomenta un desarrollo completo de los estudiantes. • Trayectoria de 20 años en la localidad. • Personal altamente comprometido y capacitado. • Se rige por normas y regulaciones del sector educativo.. • Una comunidad educativa en constante crecimiento profesional, cognitivo y social. • Evaluación periódica a través de gestiones, lo que permite una evaluación continua y el desarrollo de planes de mejora. Así mismo, de los docentes, los estudiantes y la institución en conjunto, lo que fomenta una cultura de colaboración y trabajo en equipo • Se preocupa por la enseñanza y formación integral de los estudiantes. • Compromiso del cuerpo docente, demostrando la creencia en el quehacer docente dentro del aula y libertad de cátedra, implementando nuevas ideas creativas. • Estrategias didácticas que buscan diferenciarse de otros colegios del sector. 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia de otras instituciones educativas en la zona. • Situación económica y social en el país. • Alto nivel de competencia de colegios privados en la localidad. • Cambios en las políticas gubernamentales o en la economía que puedan afectar la educación. • Posibles cambios en la normativa educativa que puedan afectar la libertad de cátedra y el enfoque didáctico del colegio.

Fuente: elaboración propia (2023)

De acuerdo con los resultados obtenidos de la Matriz DOFA, se determinó que se debe trabajar en las debilidades que tiene la organización para así fortalecer la institución educativa a nivel organizacional; con el fin de que cumpla a cabalidad su misión y visión.

4.2 Contexto del entorno

Para el análisis del entorno se aplicó el modelo de negocio PESTEL que tiene en cuenta diversos factores cómo lo son: políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales.

4.2.1 Modelo PESTEL

Ilustración 6: [Modelo PESTEL de la organización](#)



Fuente: elaboración propia (2023)

Político:

1. Participación de los padres de familia y acudientes en la institución educativa.
2. El centro educativo debe cumplir con las regulaciones y políticas educativas establecidas por el gobierno.
3. Existen posibles alianzas y colaboraciones con entidades estatales para enriquecer la formación de los estudiantes.
4. La institución educativa se rige por la ley general de educación y está sujeta a un monitoreo constante por parte de la Secretaría de Educación y la Dirección Local de Educación.
5. Las decisiones y políticas gubernamentales en el ámbito educativo pueden afectar el funcionamiento y los recursos disponibles para la institución.

Económico:

1. La institución debe considerar su situación financiera y buscar formas de fortalecer su estabilidad económica, como la realización de actividades extracurriculares para recaudar fondos.
2. Los cambios en la economía pueden tener impacto en la capacidad de los padres para pagar la matrícula y los costos asociados.
3. El colegio fue creado para suplir una necesidad académica en un barrio específico, lo que indica que pueden existir limitaciones económicas en la comunidad.

Social:

1. Los padres de familia están más vinculados a las actividades propuestas por el colegio.
2. Los padres de familia llegaron principalmente a través del voz a voz, lo que indica la efectividad de esta estrategia.
3. Existe una relación positiva y comprometida entre los docentes y la comunidad educativa, lo cual genera un ambiente ameno y de apoyo.

4. Se busca potenciar la cultura, la literatura, el deporte y la ciencia, y se requiere de aliados y entidades culturales y recreativas para lograrlo.
5. El colegio busca impactar positivamente en la comunidad a través de sus acciones y proyectos.
6. Se enfoca en mejorar los aspectos académicos y reforzar las dimensiones humanas.
7. Promueve el liderazgo, el sentido de pertenencia y el ser agentes de cambio en los integrantes de la institución.
8. Reconoce la importancia de la empatía y la comprensión de las diferentes realidades.

Tecnológico:

1. Se menciona la necesidad de actualizar la infraestructura tecnológica en la institución para mejorar el proceso de enseñanza.
2. Existe la necesidad de mejorar el manejo de las TIC en la institución y aprovechar herramientas tecnológicas para la enseñanza y el aprendizaje.
3. La implementación de nuevas tecnologías y grupos de danza pueden mejorar la calidad de la educación y atraer a nuevos estudiantes.
4. Existe una necesidad de fortalecer los medios de visibilidad y comunicación de la organización.

Ecológico:

1. Promoción del cuidado ambiental.
2. Campañas de reciclaje.
3. Inclusión del medio ambiente en las materias.

Legal:

1. El centro educativo debe cumplir con las leyes y regulaciones establecidas en el sector educativo, garantizando la calidad y seguridad de la educación brindada.
2. Utilizan circulares como medio para comunicar aspectos formales dentro de la organización.

4.3 Contexto de la comunicación

Para analizar la comunicación en el Colegio Psicopedagógico Monseñor Jaime Alberto Bonilla Nieto - JALBONI se realizó el mapa de actores, el mapa de relaciones y se identificaron los canales de comunicación.

4.3.1 Mapa de actores

En el mapa de actores se identificaron los sujetos que componen la organización, estos están divididos por niveles.

Ilustración 7: [Mapa de actores de la organización](#)



Fuente: elaboración propia (2023)

En el primer nivel se encuentra el Rector Gabriel García García, el coordinador Rafael García Amaya, la secretaria Adriana Rubio Rubiano y el contador William Maya; en el segundo nivel se encuentra el cuerpo docente conformado por 10 integrantes los cuales son: Leidy Pinilla, Enny Romero, Yurany Orjuela, Marianela Castillo, Alexandra Bravo, Tatiana León, Felipe Acero, José Lasso, Ronald Cepeda y Bryan Rivera; en el tercer nivel encontramos a la señora de aseo general Gloria Castellano y la personera Dana Castañeda, ellos conforman a nivel estructural la organización. Por otro lado, encontramos los actores externos los cuales son: los vecinos, los padres de familia y los estudiantes. Además, se identificaron algunas entidades importantes para el funcionamiento de la institución como lo son: Centro Administrativo de Educación Local CADEL, la Secretaría de Educación, la Secretaría de Salud, la Alcaldía Local de Usme y Dirección Local de Educación de Usme.

4.3.2 Sociograma

De acuerdo con los distintos encuentros realizados con la comunidad educativa del Colegio Psicopedagógico Monseñor Jaime Alberto Bonilla Nieto- JALBONI, se pudo determinar que las relaciones que se han construido entre los diferentes actores que conforman la institución educativa son significativos a nivel positivo. Las redes que han elaborado permiten un ambiente y un espacio de relacionamiento favorecedor y estable. Sin embargo, aunque las relaciones son buenas se deben fortalecer vínculos con determinados actores.

Las razones más recurrentes frente al inconformismo entre los distintos actores son temas de actitud, disposición para escuchar otros puntos de vista y falta de cercanía.

Ilustración 8: Sociograma

SOCIOGRAMA JALBONI

Colegio Psicopedagógico Monseñor
Jaime Alberto Bonilla Nieto

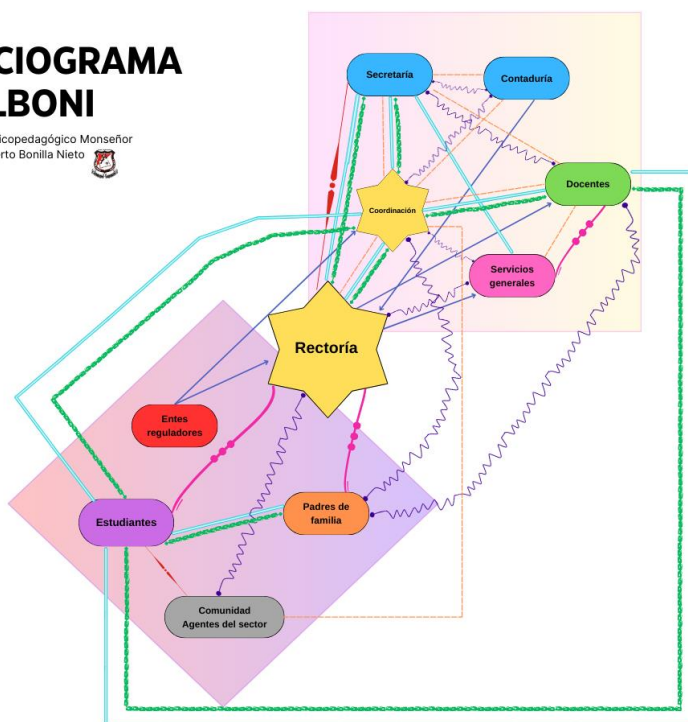


FIGURA - ROL	
	Toman decisiones
	Otros actores
	Actores internos
	Actores externos

COLOR - CARGO	
	Directivos
	Administrativos
	Docentes
	Servicios generales
	Estudiantes
	Padres de familia
	Comunidad /agentes del sector
	Entes reguladores

RELACIONES	
	Confianza
	Relación fuerte
	Parcial
	Dependencia
	Colaborativa
	Tensión
	Relación débil

Fuente: elaboración propia (2023)

Del mismo modo, de acuerdo con la investigación que realizó el equipo de trabajo se pudo determinar que las relaciones entre los actores internos de la organización son en general estables. Sin embargo, se deben fortalecer las relaciones entre los docentes especialmente las encargadas del ciclo de primaria; debido a que se evidenció una desconexión entre los procesos, lo cual impide el correcto desarrollo de las dinámicas institucionales.

Por otro lado, la poca asistencia del Rector de la institución genera una desconexión con los demás actores involucrados. Por esta razón, es necesario fortalecer esas relaciones para el desarrollo óptimo de las funciones del JALBONI.

4.3.3 Canales de información

De acuerdo con el análisis realizado en el Colegio Psicopedagógico Monseñor Jaime Alberto Bonilla Nieto - JALBONI se pudo evidenciar que son pocos los canales y medios de información con los que cuenta la institución educativa.

El principal canal que utiliza el JALBONI se encuentra situado como recurso físico. Lo que se conoce como circulares escolares, las cuales se entregan en físico al interior de la institución educativa para notificar a los acudientes y padres de familia acerca de información importante. Otro medio de información bastante usado es la cartelera escolar, en donde se divulgan los diferentes eventos, actividades e información importante para conocimiento de toda la comunidad educativa. Seguido a estos recursos o medios de información la institución educativa maneja canales de comunicación y difusión como lo son las redes sociales. El JALBONI cuenta con perfiles en Instagram, Facebook y un canal de comunicación directo con el coordinador académico a través de WhatsApp. Sin embargo, estos canales no son usados con tanta frecuencia y están destinados para dar a conocer eventos importantes y no tanto la información prioritaria de la institución.

4.3.4 Cultura Organizacional

Ilustración 9: [Cultura organizacional](#)



Fuente: elaboración propia (2023)

[Anexo cultura organizacional del JALBONI](#)

- **Cultura de gestión**

Para resolver tareas cotidianas la institución educativa lleva a cabo una planificación de cada una de las actividades escolares para su desarrollo durante todo el año académico, así como una planificación realizada por cada docente en sus respectivas áreas. Del mismo modo, se da paso al monitoreo, seguimiento y evaluación de cada actividad según corresponda durante el año escolar, para finalizar con una revisión del trabajo y las labores en la institución educativa mediante 4 aspectos ya establecidos.

Esta evaluación se da a través de las gestiones administrativa, directiva, curricular y de convivencia, en donde se identifican los aspectos qué, cómo, cuándo y quién según corresponde cada actividad o proyecto a realizar en la institución educativa.

- **Cultura comunicativa**

Para interactuar y trabajar en el JALBONI se maneja una comunicación horizontal y bidireccional, en donde se tienen y reconocen roles determinados y jerarquías definidas. Esto dado que su interés principal es trabajar en pro de sus estudiantes, los cuales identifican desde su organigrama como el centro de sus procesos.

Para llevar a cabo su objetivo comunicativo en la institución educativa se realizan y se permiten diversos espacios de encuentro entre la comunidad educativa, tales como reuniones de seguimiento, reuniones de entrega de informes, los mismo espacios de clase en los cuales el colegio implementó una materia específica para el encuentro entre estudiantes y su docente asignado-llamada “Dirección de curso”. También, las distintas actividades o proyectos, los medios digitales y las redes sociales y las circulares y carteleras que brinda la institución para llevar un trato más formal con la comunidad.

Además de los espacios que establece la institución educativa para fomentar la interacción y el trabajo, se tienen definidos algunos referentes que caracterizan la comunicación del JALBONI son la amabilidad, la familiaridad y el respeto, ya que como institución educativa procuran construirse y reconocerse como una familia.

- **Cultura de servicio**

Para entender a los usuarios y clientes existen dos tipos de medios que permiten el acompañamiento a la comunidad educativa en los procesos del Colegio Psicopedagógico Monseñor Jaime Alberto Bonilla Nieto. Por un lado, se tiene establecido el medio presencial donde se llevan a cabo reuniones, citaciones y encuentros personalizados, y por otro lado se tiene el espacio virtual para llamadas telefónicas directamente con la línea del colegio o con la línea de coordinación académica y del mismo modo, se tiene establecida la comunicación vía WhatsApp con coordinación académica o con los respectivos docentes.

De la mano de los elementos establecidos para prestar el servicio en la institución educativa, se identifican los referentes del servicio que responden a la pregunta ¿Qué debe caracterizar el servicio en el JALBONI?

En primer lugar, la calidad en la atención, la respuesta oportuna, el trato amable y cálido y la cercanía son aspectos fundamentales que hacen ser el servicio del JALBONI un punto a su favor y un elemento importante que la comunidad educativa reconoce y aprecia.

- **Cultura de liderazgo**

El JALBONI como organización y como institución educativa valora y fomenta la participación activa de la comunidad educativa y de este modo, refleja su estilo de liderazgo, por lo que tiene definida su forma de liderar para guiar a los equipos y la cual está caracterizada por un liderazgo transformacional y un liderazgo heredado al ser una empresa de carácter familiar. Sin embargo, su liderazgo fuertemente posicionado hace referencia al modelo transformacional.

La capacidad para influir de manera positiva en el proceso y desarrollo del grupo de actores, sirviendo como guía para lograr un cambio significativo permiten que el JALBONI lidere a su comunidad educativa desde el sentir transformacional. Esto se ve reflejado en su interés por impulsar el logro del equipo articulando su misión, crear ambientes motivantes, guiar desde el ejemplo, comprender y valorar al otro desde la individualidad, generar confianza creando un vínculo emocional y tener en cuenta las necesidades de su comunidad.

- **Elementos axiológicos**

Respecto al conjunto de valores que identifican al JALBONI, se encuentran el compromiso, la empatía, el amor, la responsabilidad y la solidaridad, ya que centran su atención en fortalecer las capacidades individuales y en fomentar el respeto a la diversidad.

Del mismo modo, esta institución educativa tiene una serie de principios éticos y morales establecidos, así como sus valores definidos mediante su plataforma estratégica, lo que los hace reconocerse, contemplarse y mostrarse a la comunidad como una familia, la Familia Jalbonista.

5. Problema, necesidad u oportunidad

5.1 Pregunta orientadora

¿Cómo la comunicación estratégica aportará al posicionamiento del Colegio Psicopedagógico Monseñor Jaime Alberto Bonilla Nieto - JALBONI, consolidando su valor diferencial para lograr la sostenibilidad financiera de la organización?

5.2 Problema, necesidad u oportunidad

El Colegio Psicopedagógico Monseñor Jaime Alberto Bonilla Nieto (JALBONI) enfrenta dificultades en la captación de estudiantes, lo cual desencadena inconvenientes en temas de sostenibilidad financiera en la institución educativa debido a la falta de estrategias innovadoras a nivel pedagógico. Además, se hace evidente una falta de visibilidad de sus actividades y logros, a pesar de contar con buenas dinámicas implementadas por la institución. Esta falta de posicionamiento se refleja en la escasa difusión de información en medios de comunicación internos y externos, como las redes sociales y los canales establecidos. Como resultado, la comunidad educativa y el barrio circundante no están plenamente informados sobre las actividades académicas, culturales, deportivas y comunitarias que se realizan en el colegio.

Las opiniones de los actores involucrados recaudadas a través de un análisis Phillips 6/6 revelan que el JALBONI es definido como un colegio que se preocupa por los estudiantes, brindándoles seguridad, apoyo, conocimiento y una formación académica competente. Se destaca que es un hogar educativo integral y un lugar ameno para trabajar, donde los niños aprenden por medio del ejemplo y la experiencia. Además, se valora la

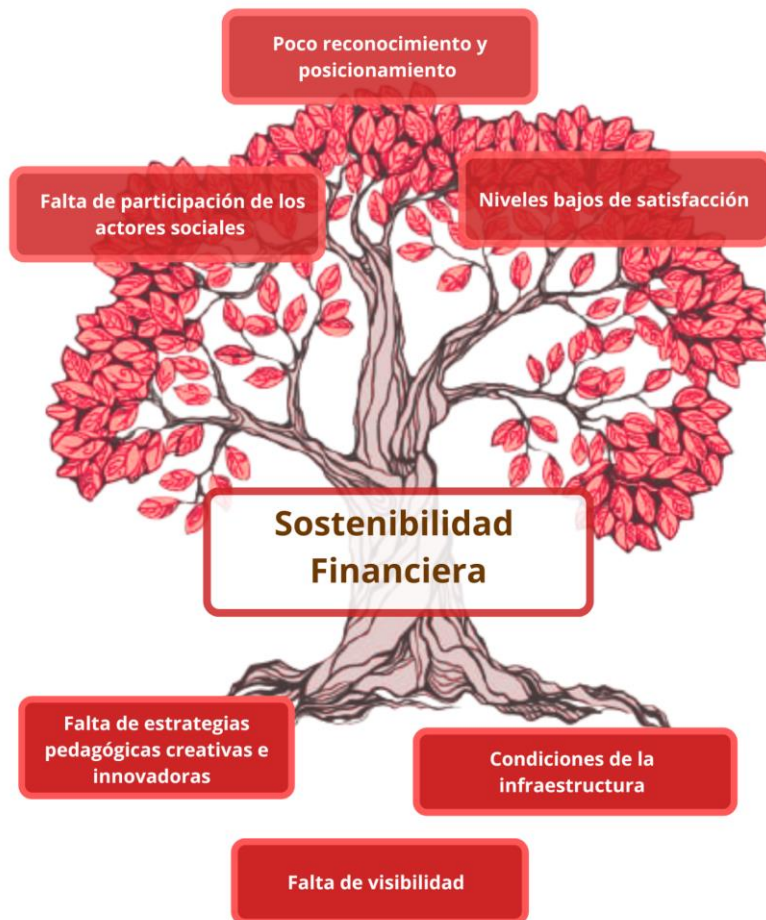
pertenencia a una institución educativa de carácter católico que ofrece una educación de calidad y servicio tanto a estudiantes, como a padres y docentes.

Sin embargo, a pesar de estos aspectos positivos, se identifican aspectos a mejorar en el JALBONI. Los involucrados señalan la necesidad de invertir en infraestructura, la sala de sistemas, mejorar la disciplina y el compromiso del estudiantado, así como brindar un mayor apoyo y seguimiento en las actividades extracurriculares. También, se menciona la importancia de aprovechar las potencialidades del grupo de profesores y hacer que los estudiantes se sientan orgullosos de pertenecer al colegio.

Las posibles soluciones u opciones de mejora propuestas incluyen realizar actividades extracurriculares para recolectar fondos en el colegio, desarrollar programas educativos con herramientas tecnológicas, fomentar compromisos fuertes dentro de la comunidad educativa, promover la participación de los padres y fortalecer la publicidad para hacer crecer el colegio en número de estudiantes. Además, se sugiere invertir en salas de cómputo y equipos tecnológicos, así como establecer alianzas con entidades externas como el SENA, IDR, bibliotecas cercanas, otros colegios del sector, entidades culturales y universidades.

Las dificultades que posee el Colegio Psicopedagógico Monseñor Jaime Alberto Bonilla Nieto en la captación de estudiantes representan un problema que requiere atención. Pues la falta de estudiantes en el JALBONI, sumado a insuficiente difusión de las actividades y logros de la institución educativa y la falta de estrategias pedagógicas creativas e innovadoras que representen un factor diferencial, provocan una gran dificultad a nivel de sostenibilidad financiera en la organización. Por eso, es necesario implementar estrategias de comunicación efectivas que permitan difundir de manera amplia y adecuada las actividades y logros del colegio tanto dentro de la comunidad educativa como en el barrio circundante. Esto promoverá la participación activa de todos los actores involucrados, fortalecerá la imagen y el posicionamiento de la institución en su entorno.

Ilustración 10: [Árbol de problemas](#)



Fuente: elaboración propia (2023)

6. Antecedentes del problema

La comunicación en las instituciones educativas es un factor clave para su éxito y reconocimiento en la sociedad. Según investigaciones realizadas en Colombia, la comunicación estratégica y la gestión de la imagen institucional son herramientas importantes para mejorar la visibilidad de las actividades y logros de la institución educativa. También se destaca la importancia de involucrar a todos los actores en la comunicación, incluyendo estudiantes, docentes, padres de familia y la comunidad en general.

En el contexto educativo en general, se han identificado diversas estrategias de comunicación efectiva, como el uso de tecnología en el aula, programas de mentoría y fomentar la participación estudiantil. Además, se ha utilizado la metodología del marco lógico para la planificación y evaluación de estas estrategias.

Con relación al Plan Estratégico de Comunicación PECO del Colegio Psicopedagógico Monseñor Jaime Alberto Bonilla Nieto - JALBONI, se pueden establecer conexiones con estas investigaciones al considerar la importancia de la comunicación para la implementación y cumplimiento de los objetivos del plan. Así mismo, la gestión de la imagen institucional y la participación de todos los actores son elementos esenciales para el éxito del plan.

6.1 Conceptuales

El antecedente ***“Plan estratégico de comunicación interna para el colegio Agustiniانو Suba de la orden de agustinos recoletos”*** en Bogotá, proporciona valiosas lecciones para el Plan Estratégico de Comunicación (PECO) de JALBONI. Ya que abordó aspectos poco tratados en la institución a través de una investigación exhaustiva y la creación de un plan estratégico de comunicaciones, buscando el cumplimiento completo de las estrategias propuestas en todos los proyectos del PECO.

Una lección importante es la necesidad de utilizar diligentemente los medios de comunicación para fidelizar tanto a los públicos internos como externos. A pesar de su larga trayectoria, el CAS no ha aprovechado plenamente la importancia de tener un público identificado con los servicios y la historia de la institución, lo cual implica que JALBONI debe hacer un uso óptimo de los medios de comunicación para obtener y fidelizar a ambos públicos.

Otro aspecto relevante es la falta de análisis profundo de los flujos de comunicación, lo cual ha ocasionado problemas en las relaciones públicas dentro y fuera del CAS.

JALBONI debe reconocer el papel fundamental de las relaciones interpersonales y la importancia de analizar y prevenir dificultades para garantizar la visibilidad y credibilidad de los actores involucrados.

Además, se destaca la importancia de la capacitación en el uso de herramientas de comunicación. Aunque JALBONI cuenta con las herramientas necesarias, la falta de capacitación limita su productividad. Es esencial que JALBONI proporcione la capacitación necesaria para aprovechar al máximo las herramientas de comunicación y evitar un uso incorrecto que genere una imagen desactualizada y poco atractiva en los flujos y redes de comunicación interna y externa.

El antecedente “**Propuesta de un plan estratégico de comunicaciones para la Corporación Jumpa Jump**” elaborado en Chía, destaca la importancia de la comunicación en la gestión empresarial. Se reconoce que a través de técnicas y estrategias de comunicación se pueden mejorar los procesos y obtener diferentes perspectivas a través del diálogo participativo. Además, se resalta la importancia de la planificación sistemática y el diagnóstico adecuado para alcanzar metas realistas y evitar problemas mayores.

Cabe mencionar el poder transformador de la comunicación en las organizaciones y en los individuos, especialmente cuando se promueven la inclusión social y el fortalecimiento de capacidades. Tanto Jumpa Jump como JALBONI valoran la importancia de una comunicación asertiva y educativa para generar conciencia y mensajes claros. Ambas organizaciones reconocen la necesidad de ser flexibles, pacientes y constantes, superando obstáculos y adaptándose a los cambios para alcanzar sus objetivos.

Para enfatizar, la comunicación desempeña un papel fundamental en la gestión empresarial y en el logro de metas. Es necesario utilizar técnicas y estrategias efectivas, fomentar la comunicación participativa y promover la inclusión social. En paralelo, las instituciones reconocen la importancia de la planificación y el diagnóstico adecuados, así

como la perseverancia y la flexibilidad para superar adversidades en el camino hacia el éxito.

En Cartagena se elaboró el documento **“Plan estratégico de comunicación externa para la visibilidad del grupo Benkos Ku Suto”** La investigación del plan estratégico de comunicación externa para la visibilidad del Colectivo Benkos Ku Suto, tuvo como objetivo comprender su situación y definir las herramientas adecuadas para su aplicación a largo plazo. Se identificó la necesidad de establecer una conexión empática con el público objetivo y se diseñó un plan de comunicaciones que transmitiese el mensaje de forma dinámica y sin generar apatía o rechazo. Se otorgó importancia al fortalecimiento de los lazos de camaradería y amistad entre los participantes del colectivo para atraer a más jóvenes interesados en unirse.

El Colectivo Benkos Ku Suto es un grupo político y social que defiende los derechos humanos y afrodescendientes. Con una trayectoria de 15 años, ha participado activamente en la esfera política y ha realizado trabajo social en comunidades vulnerables. Debido a limitaciones económicas, se optó por utilizar las redes sociales y la web 2.0 como herramientas rentables para promocionar y difundir las actividades del colectivo.

Este antecedente proporciona una base contextual para el desarrollo de un plan de comunicación efectivo que fortalezca la presencia del Colectivo Benkos Ku Suto en las redes sociales y la web, y que genere una mayor empatía con su público objetivo.

6.2 Prácticos

“CONECTADOS - SOMOS LA SOLUCIÓN” Plan estratégico de comunicación para el programa de “publicidad y mercadeo” de la Fundación Universitaria San Martín sede Bogotá se elaboró en mediaciones de la crisis administrativo-financiera del año 2014 en la Fundación Universitaria San Martín (FUSM) tuvo un impacto significativo en la institución, resultando en una deserción masiva y el cierre de programas académicos. Se

evidenció una falla en la universidad al centrarse principalmente en los programas relacionados con ciencias de la salud, lo que llevó a una falta de diversificación y una dependencia excesiva de estos programas.

Para superar esta situación, se propuso mejorar la estrategia de publicidad y establecer alianzas con medios de comunicación e instituciones. Sin embargo, la pandemia también ha afectado a las instituciones educativas, dificultando el ingreso de nuevos estudiantes.

Al igual que la FUSM, JALBONI ha identificado la utilización poco diligente de los medios de comunicación como un área de mejora para la fidelización de sus públicos internos y externos. Ambas organizaciones reconocen la importancia de colaborar con el área de mercadeo y establecer alianzas con los medios de comunicación e instituciones para dar a conocer sus programas y atraer nuevos clientes o estudiantes. La especialización en Comunicación Estratégica para las Organizaciones ha brindado a JALBONI el conocimiento necesario para comprender la importancia de la comunicación estratégica en la mejora de la visibilidad, reputación e imagen de la organización.

El trabajo de grado ***“Estrategia de comunicación para ampliar la visibilidad de la fundación oportunidades para el futuro y atraer potenciales benefactores”*** de Cartagena, realizado en la Fundación Oportunidades para el Futuro reveló la importancia de implementar una estrategia de comunicación para atraer benefactores y fortalecer la organización. Mediante actividades con los niños del barrio Olaya, se identificaron deficiencias en la comunicación externa y entre los miembros de la institución, lo cual limitaba su visibilidad y capacidad de obtener recursos. Se utilizó un análisis observacional y una matriz DOFA para identificar las problemáticas y construir la estrategia de comunicación, enfocándose en redes sociales como Facebook para compartir contenido atractivo y captar nuevos públicos y donaciones.

Este enfoque de la Fundación Oportunidades para el Futuro puede inspirar a JALBONI a realizar un análisis similar en su contexto, identificando sus problemáticas específicas y mejorando su capacidad de comunicación y atracción de benefactores. Además, la estrategia en redes sociales y la utilización de plataformas populares como Facebook pueden ofrecer ideas para mejorar la presencia en línea de JALBONI y llegar a un público más amplio.

Se destaca la importancia de mantener una estrategia de comunicación en una organización para cumplir con las demandas de la empresa y del público, y lograr objetivos a corto y largo plazo.

Internacionalmente, en Nicaragua, la ***“Propuesta de comunicación interna y externa para el colegio público, anexo Pablo Antonio Cuadra, de la comarca las enramadas en Managua, durante el segundo semestre del 2018”*** Revela que, en la actualidad, el entorno educativo se caracteriza por una gran cantidad de centros de enseñanza en todos los niveles, lo que ha generado una competencia alta debido al descenso poblacional y el incremento desmesurado de la oferta educativa. Ante esta coyuntura, los centros educativos necesitan implementar un plan de comunicación integral que abarque aspectos como la cultura corporativa, la identidad visual y la comunicación interna y externa. La comunicación se convierte en la pieza clave para favorecer una imagen corporativa positiva del centro y para establecer una comunicación efectiva con los públicos objetivos, definiendo objetivos claros y canales adecuados.

La correcta planificación del plan de comunicación interno y externo en la institución estudiada busca mejorar la gestión de la comunicación, fortalecer las relaciones interpersonales y promover la confianza con padres, colaboradores y directivos. Para desarrollar este plan, se ha realizado un profundo análisis de la institución, considerando su visión de trabajo, cultura organizacional, nivel académico de los colaboradores y su función como ente supervisor. Esto ha permitido establecer estrategias y actividades viables para su

ejecución, cerrando brechas y promoviendo una comunicación efectiva que conduzca a la toma de decisiones oportuna.

Este plan de comunicación interna puede servir como antecedente y aporte a la sociedad, especialmente para otras instituciones de gobierno descentralizado, ya que comparten rasgos organizacionales, procesos y características en las relaciones interpersonales y culturales. Su implementación puede ser considerada como una referencia para generar planes estratégicos de comunicación interna en otras instituciones.

7. Categorización

En este apartado se contemplan las categorías de análisis a partir de las cuales se comprende e interpreta el problema evidenciado durante el proceso de diagnóstico del proyecto, realizando de este modo una aproximación conceptual. En este sentido, las categorías que sirven como base para el Plan Estratégico de Comunicación para la organización Colegio Psicopedagógico Monseñor Jaime Alberto Bonilla Nieto (JALBONI) son: Valor diferencial, comunicación estratégica y sostenibilidad organizacional.

Comunicación estratégica

La comunicación estratégica es un término que se ha ido incorporando en los últimos tiempos y ha crecido a nivel estructural a lo largo del tiempo. Para entender esta categoría es importante iniciar con lo que se entiende como estrategia y sus inicios en el campo académico. “Este término fue usado durante años por el ejército con el fin de aludir a los grandes planes o ventajas que el enemigo no poseía y que se mantenían en secreto para ganar las batallas” (Weihrich y Koontz, 1993). Esto quiere decir, que la estrategia era entendida como ese proceso detallado de planificación a la hora de efectuar ataques militares.

La autora Sandra Massoni define la comunicación estratégica como “un espacio de encuentro que implica acciones y sentidos compartidos y a las estrategias de comunicación como de inteligibilidad que buscan hacernos ver nuevos planos, y que, a partir de indagar esos puntos de contacto, hacen emerger nuevas realidades” . El proceso de comunicación solo es posible cuando se comparten saberes, se necesita de dos o más personas para efectuar un proceso comunicativo eficaz, donde se propicie un escenario para que se ponga en juego un diálogo de saberes; al entablar ese encuentro se pueden empezar a gestar nuevas alternativas y nuevos conocimientos para el crecimiento de los seres humanos y las organizaciones sociales. Por esta razón, es pertinente analizar la organización Colegio Psicopedagógico Monseñor Jaime Alberto Bonilla Nieto desde la comunicación estratégica para poder propiciar determinados espacios de encuentro donde se facilite la construcción de nuevos saberes.

Por otro lado, el autor Rafael Pérez planteó una Nueva Teoría Estratégica (NTE), este autor menciona que la comunicación no está desvinculada de la estrategia sino por el contrario se complementan y que su teoría “La NTE ha encontrado un puente entre la comunicación y la estrategia aportando a los comunicadores un campo de desarrollo propio que no había sido observado anteriormente”. Lo que permite entender que la comunicación y la estrategia convergen en un mismo escenario y necesitan una de la otra para crear la comunicación estratégica, no es posible desvincularlas, porque su crecimiento va de forma paralela. Para las organizaciones es de vital importancia tener estrategias de comunicación para su óptimo desarrollo y crecimiento.

Posicionamiento

El posicionamiento de marca es un pilar fundamental en cualquier estrategia de comunicación de una organización. La capacidad de lograr un posicionamiento efectivo puede traducirse en un impacto significativo en la rentabilidad económica y en el éxito sostenible de la entidad a largo plazo. La evaluación de resultados se convierte en el

termómetro que mide la efectividad de esta estrategia, explorando su repercusión en variables económicas clave. Este análisis abarca aspectos cruciales como el aumento en el número de clientes, la disminución de la tasa de deserción y, en última instancia, el incremento de los ingresos operacionales.

El proceso de posicionamiento de marca, en esencia, se nutre de la comunicación estratégica. Aquí, radica la esencia de transmitir mensajes coherentes y persuasivos que no solo reflejen el valor intrínseco de la marca, sino que también logren llegar de manera consistente y atractiva al público objetivo. La clave está en utilizar diversos canales y medios de comunicación para que el mensaje sea percibido de manera impactante y memorable.

Como expresan Córdova, Clariss y Callao: “El posicionamiento es importante porque hoy en día existen muchas empresas, productos, servicios en los cuales al consumidor se le presenta una gama de opciones para escoger. Todos los días las empresas compiten a través de sus mensajes por tener participación en la mente de los consumidores, porque si esta participación se pierde la empresa pierde mercado la cual será ocupada por la competencia”. Esto destaca que actualmente hay muchas empresas, productos y servicios entre los cuales los consumidores pueden elegir. Esta abundancia de opciones aumenta la importancia del posicionamiento, ya que las empresas deben destacarse y atraer la atención de los consumidores en un mercado saturado, entre los mercados, las instituciones educativas.

En esta búsqueda de efectividad, es esencial comprender que el objetivo final del posicionamiento es la generación de preferencia en el consumidor. Se trata de conquistar un espacio privilegiado en la mente del cliente, donde la marca se convierte en la primera opción al tomar decisiones de consumo. Ya sea a través de la recordación constante o la identificación emocional con la marca, se establece una conexión poderosa que impulsa la fidelización y la retención de clientes.

No obstante, es interesante observar cómo JALBONI, en su enfoque sobre el posicionamiento, aporta una perspectiva más profunda. Para la organización, el posicionamiento va más allá de la mera comunicación; se convierte en un proceso que se sumerge en la creación de una narrativa de marca auténtica y significativa. Esta narrativa conecta con los valores y emociones de los consumidores, destacando la importancia de la autenticidad y la construcción de relaciones genuinas.

Trout en "Diferenciarse o morir" resalta "Si usted posee un producto diferenciado, no quiere decir que todos inmediatamente querrán adquirirlo. La diferencia por sí sola no garantiza el éxito - es necesario construir una fuerte percepción en el mercado. Cada aspecto de sus comunicaciones debería reflejar cuál es su diferencia". Esta cita subraya que no basta con tener un producto único o diferenciado; también es crucial comunicar esa diferencia de manera efectiva para que los consumidores la perciban y valoren. Aquí es donde entra en juego la figura de JALBONI. En el contexto de la estrategia de posicionamiento, JALBONI representa un enfoque holístico para crear y comunicar una marca o producto de manera diferenciada.

No basta con ser diferente; se debe construir una fuerte percepción en el mercado, lo que incluye la comunicación de los elementos JALBONI de manera coherente en todas las interacciones con los consumidores. Esto permitirá que la marca o producto se destaque y se posicione de manera efectiva en la mente de su audiencia. Además, nuestra perspectiva de investigación busca llevar esta categoría un paso más allá, incorporando la innovación pedagógica y el uso de tecnologías avanzadas para abordar los desafíos académicos actuales. También enfatizamos la importancia de la capacitación de docentes para que puedan adaptarse al entorno en constante cambio. Al integrar estos elementos, nuestra perspectiva busca posicionar la marca no solo en la mente y el corazón del consumidor, sino también en el contexto educativo y en la vanguardia de la innovación.

Sostenibilidad financiera

La sostenibilidad financiera es un enfoque estratégico que busca equilibrar los objetivos económicos, esto se centra en aspectos relacionados con la rentabilidad, el crecimiento y la competitividad empresarial. El objetivo principal es analizar cómo las organizaciones pueden mantener un rendimiento financiero sólido a largo plazo, equilibrando sus objetivos económicos con estrategias eficientes de gestión y adaptación a los cambios del entorno empresarial. "También en el contexto corporativo, la sostenibilidad se ha convertido en un valor central del desarrollo corporativo estratégico." (Aastha y Shazi, 2019), sin sostenibilidad no hay desarrollo.

Este concepto adquiere una importancia crítica al centrarse en la gestión financiera y la viabilidad económica. En un entorno caracterizado por desafíos económicos en constante evolución, la sostenibilidad financiera se convierte en un componente esencial para garantizar que JALBONI pueda continuar brindando una educación de alta calidad, posicionar su presencia en el mercado educativo y cumplir sus compromisos institucionales.

"El manejo de los recursos en las Entidades de Educación Superior, dadas las inversiones en (...) capacitación docente e investigación, surte efectos en el crecimiento educativo, desarrollo" Portocarrero Sierra, L. (2019). Esto se enfoca específicamente en los aspectos financieros de la sostenibilidad organizacional. Esto abarca la capacidad de la organización para administrar sus recursos económicos de manera eficiente y responsable, con el objetivo de lograr estabilidad y crecimiento a largo plazo. Para lograr este propósito, es necesario abordar la gestión de riesgos financieros, la generación de ingresos sostenibles y la inversión estratégica en proyectos que no solo generen beneficios económicos, sino que también estén alineados con los objetivos de sostenibilidad de la institución.

Es importante considerar que las empresas pueden generar un impacto positivo en la sociedad al mismo tiempo que construyen una reputación sólida y establecen bases

sólidas para un crecimiento sostenible, M. Porter afirma "La sostenibilidad organizacional es esencial para garantizar la continuidad y la resiliencia de las empresas en un entorno empresarial en constante cambio. Aquellas empresas que adoptan prácticas sostenibles tienen más probabilidades de adaptarse a los desafíos y de prosperar a largo plazo" (p.p. 78). En un mercado saturado, la sostenibilidad organizacional ayuda al JALBONI a destacarse y diferenciarse de otros colegios. Al comunicar efectivamente su propuesta educativa, puede atraer a potenciales estudiantes y mantener una base sólida de ingresos económicos. Esto es crucial para mantener la sostenibilidad económica y seguir ofreciendo una educación de calidad sin comprometer los valores institucionales.

La sostenibilidad financiera se basa en la premisa de que una gestión financiera sólida es fundamental para cumplir con los compromisos sociales y medioambientales de la organización. A través de prácticas financieras responsables, se puede garantizar que no solo obtiene beneficios internos, sino que también contribuye positivamente a sus partes interesadas y a la comunidad en general, estableciendo un sólido posicionamiento en el ámbito educativo.

En esta parte, los investigadores se enfocan en la implementación de una serie de objetivos estratégicos bien definidos. Principalmente orientados hacia la "Inversión Estratégica". Desarrollar planes de inversión que promuevan la calidad académica y la competitividad de la institución. Este plan puede incluir la actualización y la capacitación del personal, lo que contribuye directamente a fortalecer la calidad educativa y mejorar el posicionamiento en el mercado académico.

Esta sostenibilidad es un enfoque estratégico fundamental para las organizaciones, incluido el Colegio JALBONI. Equilibrar los objetivos económicos con estrategias eficientes de gestión y adaptación al entorno empresarial es crucial para mantener un rendimiento financiero sólido a largo plazo. La sostenibilidad se ha convertido en un valor central del desarrollo corporativo estratégico, lo que destaca la importancia de integrar aspectos

ambientales, sociales y de transparencia en las operaciones organizacionales. Para el JALBONI, esto implica destacarse en un mercado competitivo mediante una comunicación efectiva de su propuesta educativa, preservando los recursos naturales, promoviendo la equidad social y generando un impacto positivo en su entorno. Al hacerlo, el colegio construirá una reputación sólida, generará confianza y sentará las bases para un desarrollo sostenible a largo plazo.

Además, debe considerar la integración de aspectos ambientales y sociales en las decisiones económicas, buscando el equilibrio entre los objetivos económicos y su enfoque en la responsabilidad social y ambiental. El libro, Recursos naturales, medio ambiente y sostenibilidad: 70 años de pensamiento de la CEPAL, menciona: "Las organizaciones sostenibles son aquellas que reconocen la importancia de preservar los recursos naturales, fomentar la equidad social y promover la transparencia en sus operaciones." J. Sánchez Al hacerlo, el JALBONI no solo contribuirá a la protección del medio ambiente, sino que también fortalecerá su compromiso con la sociedad y se diferenciará como una institución educativa que busca generar un impacto positivo en su entorno. Integrar estos principios de sostenibilidad en su gestión diaria permitirá al colegio construir una reputación sólida, generar confianza entre sus stakeholders y sentar las bases para un desarrollo sostenible a largo plazo.

En el camino de la sostenibilidad organizacional, El JALBONI tiene competencia con otros colegios, esto puede afectar la sostenibilidad económica. En un mercado educativo saturado, donde los padres tienen diversas opciones para elegir, es crucial que el colegio se destaque y comunique de manera efectiva su propuesta educativa. Si no logra hacerlo, puede ocasionar una pérdida de potenciales estudiantes y, como resultado, una disminución en los ingresos económicos; sin comprometer la calidad educativa y los valores institucionales.

Valor Diferencial

La categoría de investigación denominada "Valor Diferencial" se enfoca en la capacidad de una institución educativa, como JALBONI, para generar ventajas competitivas sostenibles en su entorno. Esto implica la mejora constante del rendimiento y la búsqueda incesante de la excelencia, superando así a otras instituciones similares en el ámbito educativo. Para lograr este "Valor Diferencial," se destaca la importancia de la creación de ofertas de valor únicas que se distingan de las ofrecidas por otras instituciones. Esta distinción se logra principalmente a través de estrategias de transformación del servicio pedagógico, que incluyen la apertura a nuevas metodologías de enseñanza, la apropiación activa del conocimiento por parte de los estudiantes, la participación activa de los docentes en la innovación pedagógica y la adaptación continua a las necesidades cambiantes de los estudiantes (Tavernise).

En este contexto, la capacidad de adaptación constante y la gestión eficiente de recursos se destacan como elementos esenciales para mantener ventajas competitivas sostenibles. La innovación en la oferta educativa y la colaboración con otras instituciones educativas se presentan como herramientas clave para lograr este "Valor Diferencial" (Tavernise). La adaptación a un entorno altamente cambiante en términos de avances tecnológicos y preferencias de los estudiantes es crucial. El liderazgo del empresario en la institución desempeña un papel fundamental al fomentar la innovación y adaptar la oferta educativa para satisfacer las necesidades cambiantes de los estudiantes. La colaboración con otras instituciones educativas se convierte en un recurso valioso para compartir conocimientos y recursos, lo que a su vez contribuye al desarrollo de nuevos programas y servicios innovadores.

La redefinición de la propuesta de valor de la institución se convierte en una tarea fundamental en la consecución del "Valor Diferencial." Se subraya la importancia de un

análisis riguroso del entorno de mercado y la competencia, identificando debilidades y oportunidades. La atención personalizada y cercana a los clientes se destaca como un elemento clave para diferenciarse en un mercado altamente competitivo. Para lograrlo, se sugiere el uso de enfoques como el Modelo Canvas y la metodología Lean Startup, que buscan la diferenciación en el mercado.

Se busca entender cómo las organizaciones pueden aprovechar el conocimiento de sus empleados y convertirlo en una ventaja competitiva. La cita de Goh (2002) "para alcanzar resultados óptimos con la implementación tecnológica, tales como mayor eficiencia en procesos, apoyo adecuado para desarrollar estrategias de flujo y representación de conocimiento, establecimiento de canales de comunicación efectiva entre miembros de comunidad" destaca la importancia de la transferencia y transformación del conocimiento tácito en explícito mediante la colaboración y el uso de tecnologías de la información. Esta estrategia puede ayudar a sobresalir y alcanzar una ventaja competitiva al facilitar la cooperación entre sus empleados y permitir la innovación.

Se reconoce el papel fundamental de los docentes en la innovación pedagógica, ya que su participación no solo fortalece el "Valor Diferencial" de la institución, sino que también enriquece la experiencia de aprendizaje de los estudiantes (Catalina Donneys Barney). Como resultado de su investigación, los investigadores identificaron oportunidades clave. Estas oportunidades incluyen fortalecer la presencia en línea, diversificar la oferta para abordar nuevos segmentos de mercado, y crear experiencias únicas para las familias. La utilización de enfoques como el Modelo Canvas y la metodología Lean Startup ha sido propuesta para la redefinición de la propuesta de valor, buscando una mayor diferenciación en el mercado, aspecto fundamental compartido con la investigación de JALBONI.

Esta categoría de investigación es esencial para destacar en un mercado altamente competitivo y en constante evolución, promoviendo la mejora continua y la excelencia en la educación proporcionada.

8. Resultados

De acuerdo con los resultados obtenidos hasta el momento durante la investigación realizada en el Colegio Psicopedagógico Monseñor Jaime Alberto Bonilla Nieto se identificó que hay un problema que afecta la sostenibilidad de la organización para encontrar este problema se aplicaron distintas técnicas participativas.

En primera instancia se realizó una encuesta a estudiantes de grados 6° a 9° en la cual hubo una participación de 33 estudiantes, la cual permitió un acercamiento a las posibles mejoras que se pueden llevar a cabo en el JALBONI, gracias a las respuestas obtenidas el equipo de trabajo pudo inferir que los estudiantes expresan su insatisfacción con las instalaciones del colegio, especialmente con el mantenimiento de los salones y los equipos de cómputo. También hay preocupación por la seguridad en los baños y las puertas. Además, algunos estudiantes mencionan la falta de variedad en las salidas pedagógicas y actividades escolares.

En un segundo momento, se aplicó una encuesta a los padres de familia a partir de una muestra indicativa, con una participación de 35 representantes, allí se evidenciaron aspectos referentes a la visibilidad y acciones de mejora. En este sentido, el equipo de trabajo concluyó que en su mayoría los padres de familia llegaron a esta institución por medio de una persona cercana (familiar o amigo) lo que indica que la estrategia del voz a voz cumple en gran parte una función importante y significativa para el reconocimiento del colegio. Por otra parte, muy pocos padres indican que llegaron a la institución gracias a medios como la publicidad o el internet. Es necesario robustecer los canales y medios por los cuales se quiere llegar a la comunidad del sector para tener un mayor alcance.

Por otro lado, los padres de familia reconocen las fortalezas de la institución y los actores involucrados en el proceso de aprendizaje de sus hijos. Sin embargo, identifican las

debilidades y los aspectos de mejora que debe tener en cuenta el colegio para lograr una transformación, desarrollo y crecimiento significativos. Uno de los ejes de acción importantes es la condición de la infraestructura. Además, los padres de familia están interesados en que sus hijos culminen sus estudios en esta institución, por lo que proponen que se contemple la posibilidad de incluir los grados 10° y 11°. Así mismo, proponen que se implemente una actualización a nivel tecnológico.

Además, de acuerdo con la información recolectada, se pudo evidenciar que respecto a la problemática de sostenibilidad financiera de la organización existen datos que indican que el actualmente la institución educativa cuenta con apenas 38% de matrículas frente a la capacidad total que podría tener. Pues el colegio cuenta con la aprobación para recibir anualmente un total de 300 estudiantes en total y actualmente su capacidad es de 114 estudiantes.

Así mismo, se pudo evidenciar que en los últimos 5 años la disminución de estudiantes en el Colegio Psicopedagógico Monseñor Jaime Alberto Bonilla Nieto - JALBONI, ha sido de un 45%; esta tendencia demuestra un decrecimiento que es importante revisar para evitar a futuro una crisis. Sin embargo, este decrecimiento no se ha dado sin razón, por el contrario, se conoce que el periodo de virtualidad debido a la pandemia COVID-19 y la finalización del convenio académico con grados 10° y 11°, han influido en gran medida a esta situación organizacional.

9. Transformación organizacional

La transformación organizacional es un proceso indispensable para el óptimo desarrollo de una institución educativa privada de carácter familiar, ya que es necesario apostarle a una transformación social y educativa teniendo en cuenta que el entorno en

constante cambio obliga a la organización a adaptarse y reinventarse para seguir en funcionamiento.

Del mismo modo, de acuerdo con la misionalidad de la institución educativa, llevar a cabo la transformación organizacional le permitirá un crecimiento exponencial a nivel interno en sus procesos de gestión, resaltando su valor diferencial y contribuyendo así a la vinculación de nuevos estudiantes y padres de familia.

En ese sentido, se ha identificado la importancia de implementar estrategias de comunicación para mejorar el posicionamiento del colegio y aportar a la consolidación de su valor diferencial para maximizar su sostenibilidad. Así mismo, es importante tener en cuenta que la transformación implica un proceso articulado entre la gestión de los procesos, el talento humano y la cultura que hace parte de la institución. Por esta razón, es indispensable implementar y adoptar herramientas tecnológicas, realizar un fortalecimiento de alianzas y apostarle a la innovación pedagógica.

En definitiva, el objetivo de la transformación organizacional para el Colegio Psicopedagógico Monseñor Jaime Alberto Bonilla Nieto - JALBONI es garantizar un cambio significativo que permita la consolidación de sus elementos diferenciadores a través de un Plan Estratégico de Comunicación que le apuesta al posicionamiento de la institución educativa. Resaltando que gracias al servicio que brinda el JALBONI los estudiantes se enfrentan al mundo y a la sociedad con capacidades de liderazgo, siendo agentes de cambio y con responsabilidad social, generando un balance entre lo que piensan, sienten, dicen y hacen.

10. Plan estratégico de comunicación

a. Nombre del PECO (nombre, logo y slogan)

De acuerdo con el diagnóstico realizado al Colegio Psicopedagógico Monseñor Jaime Alberto Bonilla Nieto - JALBONI y las estrategias de comunicación diseñadas para intervenir en el problema organizacional, para las investigadoras fue esencial nombrar el Plan Estratégico de Comunicación “JALBONI - Laboratorio mágico” donde se pretende resaltar la importancia de incluir los procesos de innovación para el óptimo desarrollo y funcionamiento de la institución educativa. Así mismo, evidenciar la esencia, los valores y principios de la organización, siendo indispensables para consolidar su valor diferencial.

Por otro lado, el slogan “Unidos por el aprendizaje, fortalecidos por la transformación” demuestran los valores transversales de la organización los cuáles son: la empatía, el amor, el respeto y la calidad humana, estos cuatro valores son los ejes transversales de todo el Plan de Comunicaciones.

Nombre: JALBONI - Laboratorio mágico

Slogan: Unidos por el aprendizaje, fortalecidos por la transformación

Logo:

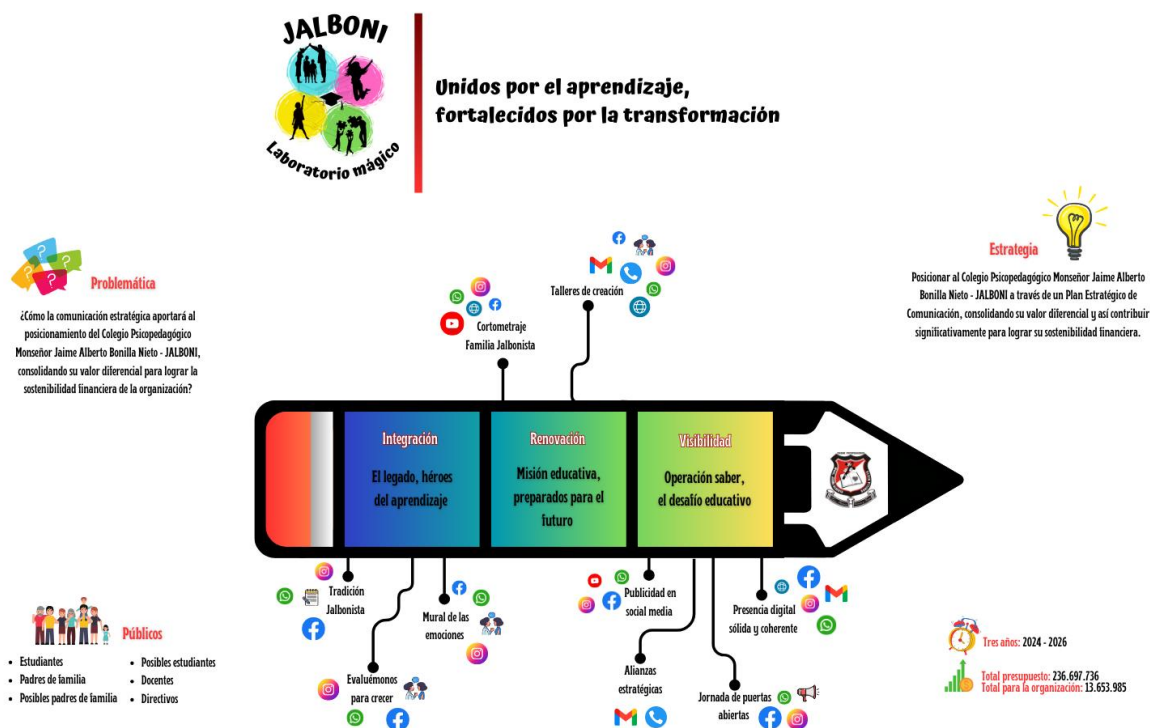
Ilustración 11: Logo y slogan



Fuente: Elaboración propia (2023)

b. Infografía síntesis del PECO

Ilustración 12: [Infografía síntesis del PECO](#)



Fuente: Elaboración propia (2023)

c. Matriz de diseño estratégico

Para visualizar mejor la matriz de diseño estratégico dirijase al siguiente enlace de anexo de la matriz

[Anexo Matriz Plan Estratégico de Comunicación - PECO](#)

d. Objetivos

Objetivo general

Posicionar al Colegio Psicopedagógico Monseñor Jaime Alberto Bonilla Nieto - JALBONI a través de un Plan Estratégico de Comunicación, que permita consolidar su valor diferencial y contribuir significativamente para lograr su sostenibilidad financiera.

Objetivos específicos

- Visibilizar proyectos y logros de la institución educativa, para captar nuevos estudiantes.
- Promover el sentido de pertenencia para mejorar el relacionamiento de la comunidad educativa del JALBONI.
- Consolidar el valor diferencial del JALBONI incentivando la innovación en pro del crecimiento institucional.

e. Públicos

Público objetivo

El Colegio Psicopedagógico Monseñor Jaime Alberto Bonilla Nieto - JALBONI se puede determinar que sus públicos están conformados por la comunidad educativa: docentes, directivos y demás colaboradores, padres de familia y estudiantes. Gracias a la motivación y el entusiasmo de los mismos, se implementarán estrategias innovadoras que contribuyan al crecimiento institucional, el establecimiento de alianzas estratégicas sólidas, el empoderamiento de los estudiantes y padres de familia que hacen parte de la organización para incrementar el sentido de pertenencia, mantener la fidelización y resaltar la identidad institucional. Adicionalmente resaltando el valor diferencial visibilizando los beneficios que podrán ser otorgados a quienes se vinculen a la organización, a los posibles padres de familia y estudiantes.

Al implementar estrategias dirigidas a cada uno de los públicos específicamente, se puede apuntar a incrementar el trabajo colaborativo, los recursos y dinámicas que promuevan la participación activa y el logro del proyecto y por supuesto, lograr que se generen resultados significativos en pro de la sostenibilidad de la institución educativa.

f. Estrategias, tácticas y acciones

El plan estratégico de comunicación “JALBONI, Laboratorio mágico” está dividido por 3 estrategias que responden a las necesidades de cada uno de los actores identificados en relación con la organización Colegio Psicopedagógico Monseñor Jaime Alberto Bonilla Nieto - JALBONI. Estas estrategias tienen el objetivo de aportar al posicionamiento de la institución educativa, resaltando el valor diferencial de la misma mediante la construcción y el establecimiento de vínculos sólidos, alianzas coherentes, innovación e incremento del reconocimiento social, emocional e institucional. Todo esto, a través de la planeación, la gestión y la comunicación estratégica y así lograr la sostenibilidad que el JALBONI requiere.

E1. Estrategia de integración - "El legado: héroes del aprendizaje"

Promover el sentido de pertenencia y la identidad en la comunidad educativa del Colegio Psicopedagógico Monseñor Jaime Alberto Bonilla Nieto - JALBONI es una necesidad para la organización.

Teniendo en cuenta que las acciones de los actores sociales pueden tener una repercusión en la imagen y reputación de una organización, el equipo de trabajo considera importante plantear esta estrategia de integración enfocada en establecer vínculos sólidos con la comunidad educativa, donde se puedan apropiar del colegio y sentirse partícipes del crecimiento académico, social y cognitivo de cada uno de los integrantes.

La Integración “es una actitud, un sistema de valores y creencias, no una acción ni un conjunto de acciones. Una vez adoptada por una escuela o por un distrito escolar, debería condicionar las decisiones y acciones de aquellos que la han adoptado. La palabra incluir significa ser parte de algo, formar parte del todo. Excluir, el antónimo de incluir significa mantener fuera, expulsar.” Arnaiz (1996:27)

Desde la perspectiva de JALBONI, implica reconocer que cada individuo, sin importar sus diferencias, tiene un lugar legítimo en la comunidad educativa. Significa abrir

las puertas y los corazones para acoger a todos como parte integral de la institución. A través de la integración se busca crear un ambiente donde cada estudiante, padre de familia, docente y directivo brille con luz propia, donde cada voz sea escuchada y donde cada talento y habilidad se celebre.

El trabajo colaborativo es uno de los pilares para que esta organización funcione. Por esta razón, a través de esta estrategia se busca promover el bienestar de cada uno de sus actores basándose en la integración de los mismos, para que así aporten al crecimiento institucional que tanto necesita la organización, para garantizar su óptimo funcionamiento.

Tácticas

En esta estrategia de integración "El legado, héroes del aprendizaje" se plantearon 3 tácticas para alcanzar el objetivo de la estrategia planteada

Táctica 1. E1: "Tradición Jalbonista"

Esta jornada pedagógica incluirá y motivará a la participación de los padres, acudientes y familias de los estudiantes que pertenecen a la comunidad educativa del JALBONI generando en la comunidad un fortalecimiento de la identidad y el sentido de pertenencia con la institución educativa. Pues al incluir a toda la comunidad educativa en los eventos institucionales se crea un vínculo verdaderamente sólido y un arraigo que permitirá mejorar relaciones, participación y crear interacción más cercana entre los actores internos y externos de la organización. Si se genera un incremento en la identidad institucional a través de estas jornadas recreativas y experiencias participativas, se logra de manera significativa un crecimiento institucional desde la emoción, el compromiso y la representación de lo que es la "Familia Jallbonista".

Acciones - Actividades

Las acciones para realizar en esta táctica son las siguientes:

1. Establecer la fecha y horario del evento
2. Definir los roles por cursos y la logística del evento
3. Planear las demostraciones culturales y recreativas
4. Elaborar la pieza de invitación
5. Definir el incentivo para el curso ganador
6. Definir los jurados de acuerdo con lo que se va a evaluar en la competencia

Mensaje

El mensaje que se quiere dejar en el público objetivo, con el fin de conectar con los mismos es:

- Te invitamos a ser parte de "**Tradición Jalbonista**" , donde padres, acudientes y familias se reúnen para fortalecer la unión familiar y compartir la experiencia educativa de sus hijos. ¡Celebremos juntos nuestra comunidad JALBONISTA y fomentemos la participación de todos en la educación de nuestros estudiantes! #JALBONIEnFamilia #UniónFamiliar #ExperienciaEducativa #ComunidadJalbonista

Canales

Los canales que se implementarán para la consolidación de la táctica son los siguientes:

- Circulares
- Redes sociales (WhatsApp, Facebook e Instagram)

Indicador

Para medir el alcance de la táctica propuesta se estableció el siguiente indicador:

- #de familias pertenecientes al colegio / # de personas asistentes

Táctica 2. E1: “Mural de las emociones”

La realización de esta actividad institucional permitirá un rol más participativo de los actores involucrados en donde exista un reconocimiento de talentos y aptitudes individuales generará en la comunidad educativa un incremento en el sentido de pertenencia, ya que se sentirán vinculados de manera más profunda con la institución educativa y se sentirán parte importante desde lo emocional. Reconocer el rol y la participación de quienes pertenecen al JALBONI, contribuirá a consolidar la esencia de la organización, de sus clientes y sus colaboradores desde acciones emotivas, cercanas y empáticas. Además, trabajar en el reconocimiento emocional dependerá de trabajo conjunto y colaboración para abordar lo pertinente y construir un cambio significativo en la elaboración de un tejido social sólido.

Acciones - Actividades

Las acciones para realizar en esta táctica son las siguientes:

1. Establecer los horarios para trabajar alrededor del proyecto (cronograma)
2. Dar a conocer el objetivo de la actividad
3. Distribuir el material por cursos
4. Hacer la jornada de la co-creación del mural final
5. Deja tu huella en el mural

Mensaje

El mensaje que se quiere dejar en el público objetivo, con el fin de conectar con los mismos es:

¡Llegó el momento de dar vida a nuestra comunidad JALBONISTA!

- Te invitamos a ser parte de una experiencia emocionante donde juntos expresaremos lo que significa ser parte de JALBONI. Cada estudiante, profesor y miembro del personal dejará su huella en un mural especial que refleja la esencia de nuestra institución. Este mural será co-creado por todos los cursos, uniéndonos en una actividad única de reconocimiento emocional ¡No te pierdas esta oportunidad de celebrar lo que nos hace únicos y fortalecer aún más nuestra comunidad JALBONISTA!

#ReconocimientoEmocionalJALBONI #ComunidadJALBONI #DejaTuHuella

Canales

Los canales que se implementarán para la consolidación de la táctica son los siguientes:

- Voz a Voz
- Redes sociales (WhatsApp, Facebook e Instagram)

Indicador

Para medir el alcance de la táctica propuesta se estableció el siguiente indicador:

- # de estudiantes del colegio / # de estudiantes que participaron

Táctica 3. E1: “Taller: Evaluémonos para crecer”

La realización de un taller para auto- reflexionar respecto a las condiciones que genera la institución educativa para desarrollar el sentido de pertenencia de los estudiantes, docentes, directivos y colaboradores, generará mayores expectativas de éxito académico y por consiguiente creará más entusiasmo al interior de la organización que luego será reflejado al exterior.

La calidad de los lazos afectivos entre la comunidad educativa es clave para conseguir un bienestar socioemocional que permitirá a la comunidad educativa expresar su percepción respecto a las relaciones que se gestan al interior de la institución educativa impactan en el factor académico y social, ya que además de identificar sus relaciones pueden representar su percepción frente a su contexto social y el lugar que ocupa cada uno en dicho contexto.

Esto es importante para generar un clima social y emocional adecuado donde se implementen acciones que fomenten la reflexión, la construcción y la transformación colectiva.

Acciones - Actividades

Las acciones para realizar en esta táctica son las siguientes:

1. Establecer la fecha y la hora del taller
2. Definir la ronda de preguntas para el taller
3. Definir el moderador
4. Realizar la respectiva selección de los estudiantes que asistirán al taller
5. Elaborar un cartel físico para dar a conocer que se hará la evaluación institucional

Mensaje

El mensaje que se quiere dejar en el público objetivo, con el fin de conectar con los mismos es:

- **¡Evaluémonos para crecer!** en el JALBONI el crecimiento institucional y el bienestar de nuestros estudiantes es nuestra prioridad, por eso te queremos invitar a que hagas parte de la evaluación institucional, ya que tu visión de nuestro colegio es indispensable para un verdadero crecimiento. #EvaluandoAlJalboni
#AprendiendoDeNuestrosErrores #AvanzandoHaciaElFuturo

Canales

Los canales que se implementarán para la consolidación de la táctica son los siguientes:

- Voz a Voz
- Redes sociales (WhatsApp, Facebook, e Instagram)

Indicador

Para medir el alcance de la táctica propuesta se estableció el siguiente indicador:

- # de participantes convocados/ # de participantes asistentes

A continuación, se mostrará las propuestas de diseño para cada táctica

Ilustración 13: Tradición Jalbonista



Fuente: elaboración propia (2023)

Ilustración 14: Mural de las emociones



Fuente: elaboración propia (2023)

Ilustración 15: Evaluémonos para crecer



Fuente: elaboración propia (2023)

E2. Estrategia de renovación - "Misión educativa: preparados para el futuro"

En un mundo laboral tan competitivo es una necesidad adaptarse al cambio e innovar en sus procesos para seguir las dinámicas a las que se enfrenta la sociedad

Por esta razón, es necesario que la institución educativa le apueste a la innovación pedagógica y a la consolidación de su valor diferencial, ya que es indispensable para que el JALBONI logre posicionarse y alcanzar su sostenibilidad financiera.

Para lograr un valor diferencial es necesario apropiarse de la institución y transmitir su esencia, sus valores, sus principios y sus modelos de enseñanza que sean acordes a las necesidades de los estudiantes de la actualidad.

“La educación está en un punto de inflexión. No se trata simplemente de cambiar métodos y técnicas, sino de transformar la experiencia educativa en sí misma. Los estudiantes no deben ser sólo receptores pasivos de conocimiento, sino agentes activos de su propio aprendizaje. La verdadera educación no se trata de llenar cabezas, sino de encender mentes y corazones” (Bellorín- 2009)

Desde la misionalidad del JALBONI que busca un aprendizaje significativo y una transformación de sus estudiantes, es necesario implementar esta estrategia con el fin de resaltar el valor diferencial de la institución educativa y aportar a la innovación pedagógica que requiere.

Tácticas

En esta estrategia de integración "Misión educativa, preparados para el futuro" se plantearon 2 tácticas para alcanzar el objetivo de la estrategia planteada.

Táctica 1. E2: "Cortometraje: Familia Jalbonista"

Este proyecto audiovisual dará la posibilidad a la institución educativa de mostrar al público y a toda su comunidad educativa la importancia de su misionalidad y su propósito institucional. Permitirá reflejar lo que representa la "Familia Jalbonista" y contribuirá a que exista conexión entre la comunidad externa y el JALBONI desde los principios y valores personales e institucionales. Es decir, que este producto brindará la opción de revelar el valor diferencial del Colegio Psicopedagógico Monseñor Jaime Alberto Bonilla Nieto - JALBONI y aportar significativamente a su crecimiento desde el reconocimiento como una institución acogedora y prestadora de un servicio de calidad.

Acciones - Actividades

Las acciones para realizar en esta táctica son las siguientes:

1. Definir el guion literario y técnico
2. Definir locaciones
3. Definir actores
4. Realizar la secuencia audiovisual y fotografía
5. Grabación del sonido
6. Crear los personajes institucionales
7. Edición

Mensaje

El mensaje que se quiere dejar en el público objetivo, con el fin de conectar con los mismos es:

- **¡Ven y conoce a la "Familia Jalbonista"!** Somos una institución educativa que le apuesta a la transformación social de nuestros estudiantes, enseñamos

desde el amor y la empatía. Somos una familia, un hogar y un colegio donde cada miembro de nuestra familia es valioso, por esta razón es que le apostamos a una educación personalizada y transformadora #UnHogarComoElHogar
#JALBONIEsTuHogar #SeParteDeEstaGranFamilia #FamiliaJalbonista

Canales

Los canales que se implementarán para la consolidación de la táctica son los siguientes:

- Sitio web
- Redes sociales (WhatsApp, Facebook, Instagram y YouTube)

Indicador

Para medir el alcance de la táctica propuesta se estableció el siguiente indicador:

- # de reacciones/ # de visualizaciones

Táctica 2. E2: *“Talleres de creación”* (Deporte - Arte - Cultura - Tecnología - Robótica)

La realización de una vinculación coherente que complemente el aprendizaje de cada uno de los estudiantes que hacen parte del JALBONI desde todas las dimensiones humanas, permitirá no solo un crecimiento académico y personal sino también institucional. Pues esto le otorgará a la institución educativa un plus, un factor que lo diferenciará de otras instituciones educativas del sector. Por esta razón, es indispensable incluir talleres y actividades lúdico-recreativas como una estrategia pedagógica y social que nutra y resalte las capacidades de cada miembro de la comunidad educativa; por ejemplo, la implementación de talleres basados en las nuevas tecnologías, inclusión de la robótica, más

influencia del arte y representación cultural y talleres que incluyan el deporte pero no de forma tradicional como muchos colegios lo implementan sino de forma más innovadora, como asistiendo a eventos relacionados, competencias e implementando deportes no tan convencionales que permitan trabajar en los niños y jóvenes aspectos como el autocontrol, la disciplina y demás. Esto brindará la posibilidad de incrementar la consolidación del valor diferencial en la institución educativa.

Acciones- Actividades

Las acciones para realizar en esta táctica son las siguientes:

1. Definir cuáles serían los temas de interés para los talleres de creación
2. Seleccionar los talleres de acuerdo con la misionalidad del colegio
3. Incluir los talleres de creación en el plan de estudios de la institución
4. Establecer las fechas y horarios para su implementación
5. Identificar posibles escenarios (concursos) para que el colegio participe fuera de la institución
6. Realizar la respectiva inscripción a los concursos o campeonatos
7. Planear la representación del colegio de acuerdo con el concurso

Mensaje

El mensaje que se quiere dejar en el público objetivo, con el fin de conectar con los mismos es:

- **¡La innovación pedagógica es fundamental para el crecimiento institucional!** Haz parte de los **"Talleres de creación del Jalboni"** donde tendrás la oportunidad de aprender sobre temas de tecnología, robótica, arte, cultura y

deporte que te ayudará en tu crecimiento psicosocial y cognitivo.

#EnElJalboniAprendemosDiferente

Canales

Los canales que se implementarán para la consolidación de la táctica son los siguientes:

- Correo electrónico
- Número de contacto
- Voz a Voz
- Sitio Web
- Redes sociales (WhatsApp, Facebook, Instagram)

Indicador

Para medir el alcance de la táctica propuesta se estableció el siguiente indicador:

- # de talleres planeados/ # de talleres ejecutados # de inscripciones a eventos/ # de eventos asistidos

A continuación, se mostrará las propuestas de diseño para cada táctica

Ilustración 16: Cortometraje Familia Jalbonista



Fuente: elaboración propia (2023)

Ilustración 17: Talleres de creación



Fuente: elaboración propia (2023)

E3. Estrategia de Visibilidad: “Operación saber, el desafío educativo”

Visibilizar los proyectos y logros institucionales es indispensable para el crecimiento exponencial del Colegio Psicopedagógico Monseñor Jaime Alberto Bonilla Nieto - JALBONI. Esta estrategia se enfocará en dar a conocer los aspectos positivos de la organización ya que ayudarán a mejorar la imagen, y posicionarla frente al mercado competitivo.

Así mismo, la visibilidad es entendida como la capacidad de una marca u organización para tener presencia y reconocimiento positivo en el sector en el que se desenvuelve y la aceptación por la mayor cantidad de clientes posibles. Para hacer esto posible, es necesario usar los medios de comunicación, la publicidad y el marketing a su favor.

Si se entiende la visibilidad como un elemento que favorece el reconocimiento de una comunidad científica y académica, es importante estudiar la incidencia del reconocimiento social sobre el desarrollo individual. El contexto social establece parámetros que permite a las personas visualizar condiciones en las cuales sus iniciativas pueden ser exitosas (Bandura, 1986).

Por esta razón, el equipo de trabajo considera pertinente implementar una estrategia de visibilidad con una serie de tácticas y acciones que ayuden al reconocimiento de la institución educativa, logrando posicionarla en el mercado y ayudando a su sostenibilidad.

Tácticas

En esta estrategia de visibilidad “Operación saber, el desafío educativo” se plantearon 4 tácticas para alcanzar el objetivo de la estrategia planteada.

Táctica 1. E3: *Presencia digital sólida y coherente*

La presencia en línea a través de este sitio web coherente, atractiva y fresca será una forma de visibilizar y promover las actividades y propuestas institucionales, generando

un acercamiento y una conexión con la comunidad educativa y la comunidad externa. Tendrá diferentes apartados para que el público logre tener una visión más amplia y una experiencia más completa acerca de la institución educativa; esto podrá evidenciarse con distintos tipos de contenido (audio, vídeo, texto) que transmitirán la cercanía y familiaridad que caracteriza al JALBONI.

Acciones - Actividades

Las acciones para realizar en esta táctica son las siguientes:

1. Crear el dominio para el sitio web
2. Diseñar el sitio web y establecer las respectivas categorías:
 - Conócenos (plataforma estratégica - equipo de trabajo)
 - Historia
 - Familia JALBONISTA
 - Proyectos institucionales
 - Logros y reconocimientos
 - Conexión con el saber (alianzas y convenios)
 - Contáctanos
3. Crear el material para cada sección con apoyo de la comunidad educativa

Mensaje

El mensaje que se quiere dejar en el público objetivo, con el fin de conectar con los mismos es:

- **¡Únete a la aventura de la Educación!** Nos esforzamos por inspirar y empoderar a nuestra Familia Jalbonista, un encuentro pedagógico que le apuesta a todas las

dimensiones humanas. ¡visita nuestro sitio web y se parte de nuestra familia!

#Jalbonista #LaAventuraDelAprendizaje

Canales

Los canales que se implementarán para la consolidación de la táctica son los siguientes:

- Sitio web
- Correo electrónico
- Redes sociales (WhatsApp, Facebook e Instagram)

Indicador

Para medir el alcance de la táctica propuesta se estableció el siguiente indicador:

- # de enlaces enviados / # de personas que ingresaron

Táctica 2. E3: “Alianzas estratégicas”

La articulación con otras entidades a nivel educativo y a nivel sociocultural permitirán que el JALBONI construya lazos que fortalezcan y aporten significativamente a su misionalidad y su propósito institucional. En ese sentido, la consolidación de vínculos estratégicos permitirá el crecimiento institucional y resaltar el valor agregado del JALBONI; por ejemplo, la vinculación con entidades de educación superior para contribuir al crecimiento personal, académico y vocacional de los estudiantes de grados superiores, convenios con otras instituciones educativas para la opción de incluir grados 10° y 11° y continuar con la línea de formación de todos los estudiantes, articulación con la alcaldía local, colegios, fundaciones y demás entidades del sector para incentivar la parte tecnológica y cultural.

Acciones- Actividades

Las acciones para realizar en esta táctica son las siguientes:

1. Crear el Brochure de qué es el JALBONI y su respectivo código QR
2. Identificar las entidades que puedan aportar a la misionalidad del colegio
3. Clasificar las entidades que le aporten al crecimiento institucional
4. Establecer contacto con los representantes de las entidades
5. Compartir el brochure de ¿qué es el JALBONI ?
6. Crear la alianza estratégica

Mensaje

El mensaje que se quiere dejar en el público objetivo, con el fin de conectar con los mismos es:

- **¡Contribuye al crecimiento del JALBONI!** Con tu ayuda haremos posible que niños, niñas y jóvenes de la localidad de Usme tengan un aprendizaje significativo que les ayude a ser agentes de cambio para su sociedad, ya que la educación siempre será el camino para un mejor futuro. #JuntosLoHacemosPosible #TransformaciónEducativa #AgentesDeCambio

Canales

Los canales que se implementarán para la consolidación de la táctica son los siguientes:

- Correo electrónico
- Números de contacto

Indicador

Para medir el alcance de la táctica propuesta se estableció el siguiente indicador:

- # de brochures enviados / # alianzas logradas

Táctica 3. E3: “Publicidad en social media”

El manejo coherente y consciente de las redes sociales institucionales permitirá que se lleve a cabo una dinámica digital más completa y alineada con la imagen de la institución educativa donde se vean reflejados los valores y principios característicos del JALBONI. Estos post en las distintas redes del colegio ayudarán a generar mayor presencia digital y a encontrarse de manera más estrecha con la comunidad desde la web, para dar a conocer lo que se hace al interior de la institución educativa y mostrar al mundo virtual lo que los estudiantes y docentes del JALBONI logran desde su rol participativo.

Acciones- Actividades

Las acciones para realizar en esta táctica son las siguientes:

1. Definir la parrilla de publicaciones con tiempos y contenidos mensualmente
2. Elaborar las piezas gráficas y audiovisuales
3. Hacer la respectiva publicación según el cronograma

Mensaje

El mensaje que se quiere dejar en el público objetivo, con el fin de conectar con los mismos es:

- **¡En JALBONI, nuestra presencia en las redes sociales es un reflejo de nuestros valores y compromiso educativo!** A través de nuestras publicaciones, te

invitamos a un viaje digital en el que podrás conocer de cerca las experiencias , logros y el compromiso de nuestros estudiantes y docentes. Juntos, construimos un entorno educativo en el que el aprendizaje significativo y la comunidad se unen. ¡Acompáñanos en esta travesía y descubre todo lo que el JALBONI tiene para ofrecer! #JALBONIEenRedes #AprendizajeInnovador

Canales

Los canales que se implementarán para la consolidación de la táctica son los siguientes:

- Redes sociales (Facebook, Instagram, YouTube, WhatsApp)

Indicador

Para medir el alcance de la táctica propuesta se establecieron los siguientes indicadores:

- # de publicaciones ejecutadas / # de publicaciones propuestas
- # de visualizaciones / # de interacciones

Táctica 4. E3: “Jornada de puertas abiertas”

Esta jornada pedagógica contribuirá de manera significativa a otorgarle mayor visibilidad a la institución educativa en su entorno, ya que dará la posibilidad a la comunidad externa de conocer de manera más profunda la propuesta educativa del JALBONI. Así mismo, incentivar a las personas a hacer parte de esta comunidad educativa abriendo las puertas a que conozcan la institución de una forma más amable y guiando desde los directivos todo el recorrido pedagógico, servirá para demostrar el acompañamiento, la disposición de servicio y la calidad humana de la organización. En definitiva, si se permite

esta forma de dar a conocer el JALBONI, se despertará en el público el interés de hacer parte de la institución educativa llegando a ellos desde la amabilidad y ambiente familiar que resalta la esencia del JALBONI.

Acciones- Actividades

Las acciones para realizar en esta táctica son las siguientes:

1. Establecer la fecha y horario de la jornada
2. Definir roles y logística del evento
3. Elaborar y distribuir los folletos de invitación
4. Crear la cuña publicitaria
5. Adecuación del espacio (decoración y ambientación)

Mensaje

El mensaje que se quiere dejar en el público objetivo, con el fin de conectar con los mismos es:

- **¡Te invitamos a nuestra primera "Jornada de Puertas Abiertas"!** Es tu oportunidad para conocer nuestra institución, un mundo educativo, innovador y abierto al cambio. Estamos emocionados de compartir nuestra propuesta educativa contigo y mostrarte cómo creamos un ambiente familiar donde cada estudiante brilla. Únete a nosotros y descubre cómo podemos acompañarte en el viaje educativo de tus hijos. **¡Esperamos verte allí!** #JornadaDePuertasAbiertasJalboni
#ConoceJalboni #EducaciónInnovadora #AmbienteFamiliar

Canales

Los canales que se implementarán para la consolidación de la táctica son los siguientes:

- Redes sociales (WhatsApp, Instagram, Facebook)
- Volanteo
- Perifoneo

Indicador

Para medir el alcance de la táctica propuesta se estableció el siguiente indicador:

- # de folletos impresos / # de folletos entregados

A continuación, se mostrará las propuestas de diseño para cada táctica

Ilustración 18: Sitio web JALBONI



Fuente: elaboración propia (2023)

Ilustración 19: Alianzas estratégicas



¡CONSTRUYENDO ALIANZAS ESTRATÉGICAS!

¡Construyamos juntos un futuro lleno de oportunidades!

En el Colegio Psicopedagógico Monseñor Jaime Alberto Bonilla Nieto (JALBONI) creemos en la colaboración y la sinergia para potenciar el crecimiento educativo y cultural en nuestra comunidad.

NOS ENCANTARÍA FORJAR ALIANZAS ESTRATÉGICAS CONTIGO.

Tu participación puede hacer la diferencia y enriquecer el camino de aprendizaje de nuestros estudiantes. Juntos, podemos impulsar programas educativos innovadores, fortalecer el desarrollo tecnológico, y fomentar valores en la formación de futuros líderes.

¡ÚNETE A ESTA AVENTURA TRANSFORMADORA Y HAGAMOS POSIBLE UN IMPACTO POSITIVO EN LA EDUCACIÓN!

Contáctate con nosotros

Fuente: elaboración propia (2023)

Ilustración 20: Publicidad en social media



EL TREN DE LA PAZ

Una iniciativa para celebrar el cumpleaños de nuestra querida institución educativa

¡ACOMPÁÑANOS EN ESTA TRAVESÍA Y DESCUBRE TODO LO QUE EL JALBONI TIENE PARA OFRECER!

#JALBONIENREDES

Fuente: elaboración propia (2023)

Ilustración 21: Jornada de puertas abiertas - Conoce el JALBONI



Fuente: elaboración propia (2023)

Las estrategias anteriormente mencionadas son parte fundamental en la planeación, ejecución y evaluación del plan estratégico de comunicación “JALBONI, Laboratorio mágico”, ya que a través de estas estrategias se fortalecerán los vínculos de la comunidad educativa, se consolidará el valor diferencial de la organización de acuerdo con la esencia de la misma y se logrará visibilizar los proyectos y logros de manera efectiva.

Estas estrategias en conjunto aportarán de manera significativa al posicionamiento del Colegio Psicopedagógico Monseñor Jaime Alberto Bonilla Nieto- JALBONI logrando captar nuevos estudiantes para que se vinculen y sean parte de la transformación de la institución y así aportando a la sostenibilidad financiera de la misma.

Tabla 2: Matriz de estrategias y tácticas

Objetivo	Estrategia	Táctica	Mensaje	Canal	Indicador
1. Visibilizar proyectos y logros de la institución educativa, para captar nuevos estudiantes.	Estrategia de visibilidad "Operación saber, el desafío educativo"	<p>1. Presencia digital sólida y coherente: La presencia en línea a través de esta página web coherente, atractiva y fresca será una forma de visibilizar y promover las actividades y propuestas institucionales, generando un acercamiento y una conexión con la comunidad educativa y la comunidad externa. Tendrá diferentes apartados para que el público logre tener una visión más amplia y una experiencia más completa acerca de la institución educativa; esto podrá evidenciarse con distintos tipos de contenido (audio, vídeo, texto) que transmitirán la cercanía y familiaridad que caracteriza al JALBONI.</p>	<p>¡Únete a la aventura de la Educación! Nos esforzamos por inspirar y empoderar a nuestra Familia Jalbonista, un encuentro pedagógico que le apuesta a todas las dimensiones humanas, visita nuestra página web y se parte de nuestra familia! #Jalbonista #AventuraDelAprendizaje</p>	<p>•Página web •Correo electrónico •Redes sociales (WhatsApp, Facebook e Instagram)</p>	<p># de enlaces enviados / # de personas que ingresaron</p>
		<p>2. Alianzas estratégicas: La articulación con otras entidades a nivel educativo y a nivel sociocultural permitirán que el JALBONI construya lazos que fortalezcan y aporten significativamente a su misionalidad y su propósito institucional. En ese sentido, la consolidación de vínculos estratégicos permitirá el crecimiento institucional y resaltar el valor agregado del JALBONI; por ejemplo, la vinculación con entidades de educación superior para contribuir al crecimiento personal, académico y vocacional de los estudiantes de grados superiores, convenios con otras instituciones educativas para la opción de incluir grados 10° y 11° y continuar con la línea de formación de todos los estudiantes, articulación con la alcaldía local, colegios, fundaciones y demás entidades del sector para incentivar la parte tecnológica y cultural.</p>	<p>Contribuye al crecimiento del JALBONI Con tu ayuda haremos posible que niños, niñas y jóvenes de la localidad de Usme tengan un aprendizaje significativo que les ayude a ser agentes de cambio para su sociedad, ya que la educación siempre será el camino para un mejor futuro.</p>	<p>•Correo electrónico •Números de contacto</p>	<p># de brochures enviados / # alianzas logradas</p>
		<p>3. Post redes sociales: El manejo coherente y consciente de las redes sociales institucionales permitirán que se lleve a cabo una dinámica digital más completa y alineada con la imagen de la institución educativa donde se vean reflejados los valores y principios característicos del JALBONI. Estos post en las distintas redes del colegio ayudarán a generar mayor presencia digital y a encontrarse de manera más estrecha con la comunidad desde la web, para dar a conocer lo que se hace al interior de la institución educativa y mostrar al mundo virtual lo que los estudiantes y docentes del JALBONI logran desde su rol participativo.</p>	<p>En JALBONI, nuestra presencia en las redes sociales es un reflejo de nuestros valores y compromiso educativo. A través de nuestras publicaciones, te invitamos a un viaje digital en el que podrás conocer de cerca las experiencias, logros y el compromiso de nuestros estudiantes y docentes. Juntos, construimos un entorno educativo en el que el aprendizaje significativo y la comunidad se unen. ¡Acompáñanos en esta travesía y descubre todo lo que el JALBONI tiene para ofrecerte! #JALBONIenRedes #AprendizajeInnovador</p>	<p>•Redes sociales (Facebook, Instagram, YouTube, WhatsApp)</p>	<p># de publicaciones ejecutadas / # de publicaciones propuestas / # de visualizaciones / # de interacciones</p>
		<p>4. Jornada de puertas abiertas: Esta jornada pedagógica contribuirá de manera significativa a otorgarle mayor visibilidad a la institución educativa en su entorno, ya que dará la posibilidad a la comunidad externa de conocer de manera más profunda la propuesta educativa del JALBONI. Así mismo, incentivar a las personas a hacer parte de esta comunidad educativa abriendo las puertas a que conozcan la institución de una forma más amable y guiando desde los directivos todo el recorrido pedagógico, servirá para demostrar el acompañamiento, la disposición de servicio y la calidad humana de la organización. En definitiva, si se permite esta forma de dar a conocer el JALBONI, se despertará en el público el interés de hacer parte de la institución educativa llegando a ellos desde la amabilidad y ambiente familiar que resalta la esencia del JALBONI.</p>	<p>¡Te invitamos a nuestra primera "Jornada de Puertas Abiertas"! es tu oportunidad para conocer nuestra institución, un mundo educativo, innovador y abierto al cambio. Estamos emocionados de compartir nuestra propuesta educativa contigo y mostrarte cómo creamos un ambiente familiar donde cada estudiante brilla. Únete a nosotros y descubre cómo podemos acompañarte en un viaje educativo de tus hijos. ¡Esperamos verte allí!</p> <p>#JornadaDePuertasAbiertasJalboni #ConoceJalboni #EducaciónInnovadora #AmbienteFamiliar</p>	<p>•Redes sociales (WhatsApp, Instagram, Facebook) •Vómito •Perifoneo</p>	<p># de folletos impresos / # de folletos entregados</p>
2. Promover el sentido de pertenencia, la identidad y los vínculos establecidos del JALBONI, para mejorar el relacionamiento de la comunidad educativa.	Estrategia de integración "El legado, héroes del aprendizaje"	<p>1. Tradición Jalbonista Esta jornada pedagógica incluirá y motivará a la participación de los padres, acudientes y familias de los estudiantes que pertenecen a la comunidad educativa del JALBONI generando en la comunidad un fortalecimiento de la identidad y el sentido de pertenencia con la institución educativa. Pues al incluir a toda la comunidad educativa en los eventos institucionales se crea un vínculo verdaderamente sólido y un arraigo que permitirá mejorar relaciones, participación y crear interacción más cercana entre los actores internos y externos de la organización. Si se genera un incremento en la identidad institucional a través de estas jornadas recreativas y experiencias participativas, se logra de manera significativa un crecimiento institucional desde la emoción, el compromiso y la representación de lo que es la "Familia Jalbonista".</p>	<p>Te invitamos a ser parte de "Tradición Jalbonista", donde padres, acudientes y familias se reúnen para fortalecer la unión familiar y compartir la experiencia educativa de sus hijos. ¡Celebremos juntos nuestra comunidad JALBONISTA y fomentemos la participación de todos en la educación de nuestros estudiantes! #JALBONIEFamilia #UniónFamiliar #ExperienciaEducativa #ComunidadJalbonista</p>	<p>•Circulares •Redes sociales (WhatsApp, Facebook e Instagram)</p>	<p>#de familias pertenecientes al colegio / # de personas asistentes</p>
		<p>2. Mural de las emociones La realización de esta actividad institucional permitirá un rol más participativo de los actores involucrados en donde exista un reconocimiento de bienes y aptitudes individuales generará en la comunidad educativa un incremento en el sentido de pertenencia, ya que se sentirán vinculados de manera más profunda con la institución educativa y se sentirán parte importante desde lo emocional. Reconocer el rol y la participación de quienes pertenecen al JALBONI, contribuirá a consolidar la esencia de la organización, de sus clientes y sus colaboradores desde acciones emotivas, cercanas y empáticas. Además, trabajar en el reconocimiento emocional dependerá de trabajo conjunto y colaboración para abordar lo pertinente y construir un cambio significativo en la elaboración de una tejido social sólido.</p>	<p>¡Te invitamos a ser parte de una experiencia emocionante donde juntos expresaremos lo que significa ser parte de JALBONI. Cada estudiante, profesor y miembro del personal dejará su huella en un mural especial que reflejará la esencia de nuestra institución.</p> <p>Este mural será co-creado por todos los cursos, uniéndonos en una actividad única de reconocimiento emocional. ¡No te pierdas esta oportunidad de celebrar lo que nos hace únicos y fortalecer aún más nuestra comunidad JALBONISTA!</p> <p>#ReconocimientoEmocionalJALBONI #ComunidadJALBONI #DejaTuHuella</p>	<p>•Voz a Voz •Redes sociales (WhatsApp, Facebook e Instagram)</p>	<p># de estudiantes del colegio / # de estudiantes que participaron</p>
		<p>3. Taller: Evaluémosnos para crecer La realización de un taller para auto reflexionar respecto a las condiciones que genera la institución educativa para desarrollar el sentido de pertenencia de los estudiantes, docentes, directivos y colaboradores, generará mayores expectativas de éxito académico y por consiguiente creará más entusiasmo al interior de la organización que luego será reflejado al exterior.</p> <p>La calidad de los lazos afectivos entre la comunidad educativa es clave para conseguir un bienestar socioemocional que permitirá a la comunidad educativa expresar su percepción respecto a las relaciones que se gestan al interior de la institución educativa impactan en el factor académico y social, ya que además de identificar sus relaciones pueden representar su percepción frente a su contexto social y el lugar que ocupa cada uno en dicho contexto.</p> <p>Esto es importante para generar un clima social y emocional adecuado donde se implementen acciones que fomenten la reflexión, la construcción y la transformación colectiva.</p>	<p>¡Evaluémosnos para crecer! en el JALBONI el crecimiento institucional y el bienestar de nuestros estudiantes es nuestra prioridad, por eso te queremos invitar a que hagas parte de la evaluación institucional, ya que tu visión de nuestro colegio es indispensable para un verdadero crecimiento.</p> <p>#EvaluandoAJalboni #AprendiendoDeNuestrosErrores #AvanzandoHaciaElFuturo</p>	<p>•Voz a Voz •Redes sociales (WhatsApp, Facebook e Instagram)</p>	<p># de participantes convocados / # de participantes asistentes</p>
3. Incentivar la innovación consolidando el valor diferencial del JALBONI en pro del crecimiento institucional.	Estrategia de renovación "Misión educativa, preparados para el futuro"	<p>1. Cortometraje: Familia Jalbonista Este proyecto audiovisual dará la posibilidad a la institución educativa de mostrar al público y a toda su comunidad educativa la importancia de su misionalidad y su propósito institucional. Permittirá reflejar lo que representa la "Familia Jalbonista" y contribuirá a que exista conexión entre la comunidad externa y el JALBONI desde los principios y valores personales e institucionales. Es decir, que este producto brindará la opción de revelar el valor diferencial del Colegio Psicopedagógico Monseñor Jaime Alberto Bonilla Nieto - JALBONI y aportar significativamente a su crecimiento desde el reconocimiento como una institución acogedora y prestadora de un servicio de calidad.</p>	<p>¡Ven y conoce a la "Familia Jalbonista"! somos una institución educativa que le apuesta a la transformación social de nuestros estudiantes, enseñamos desde el amor y la empatía. Somos una familia, un hogar y un colegio donde cada miembro de nuestra familia es valioso, por esta razón es que le apostamos a una educación personalizada y transformadora #UnHogarComoElHogar #JALBONIESTuHogar #SeParteDeEstaGranFamilia #FamiliaJalbonista</p>	<p>•Página web •Redes sociales (WhatsApp, Facebook, Instagram y YouTube)</p>	<p># de reacciones / # de visualizaciones</p>
		<p>2. Talleres de creación (Deporte - Arte - Cultura - Tecnología - Robótica) La realización de una vinculación coherente que complemente el aprendizaje de cada uno de los estudiantes que hacen parte del JALBONI desde todas las dimensiones humanas, permitirá no solo un crecimiento académico y personal sino también institucional. Pues esto le otorgará a la institución educativa un plus, un factor que lo diferenciará de otras instituciones educativas del sector. Por esta razón, es indispensable incluir talleres y actividades lúdico-deportivas como una estrategia pedagógica y social que nutra y resalte las capacidades de cada miembro de la comunidad educativa; por ejemplo, la implementación de talleres basados en las nuevas tecnologías, inclusión de la robótica, más influencia del arte y representación cultural y talleres que incluyan el deporte pero no de forma tradicional como muchos colegios lo implementan sino de forma más innovadora, como asistiendo a eventos relacionados, competencias e implementando deportes no tan convencionales que permitan trabajar en los niños y jóvenes aspectos como el autocontrol, la disciplina y demás. Esto brindará la posibilidad de incrementar la consolidación del valor diferencial en la institución educativa.</p>	<p>¡La innovación pedagógica es fundamental para el crecimiento institucional! Haz parte de los "Talleres de creación de Jalboni" donde tendrás la oportunidad de aprender sobre temas de tecnología, robótica, arte, cultura y deporte que te ayudarán en tu crecimiento psicosocial y cognitivo.</p> <p>#EnElJalboniAprendemosDiferente</p>	<p>•Correo electrónico •Número de contacto •Voz a Voz •Página Web •Redes sociales (WhatsApp, Facebook, Instagram)</p>	<p># de talleres ejecutados / # de inscripciones a eventos / # de eventos asistidos</p>

Fuente: elaboración propia (2023)

g. Cronograma de actividades

Para garantizar que el Plan Estratégico de Comunicación "JALBONI - Laboratorio mágico" se cumpla a cabalidad y en los tiempos establecidos, es necesario diseñar un cronograma de actividades que permita dar seguimiento a las estrategias planteadas ya que esta herramienta es de gran utilidad para la planificación y ejecución de proyectos. El

desarrollo de este PECO está programado para dos años. A continuación, se puede evidenciar cómo y cuándo están distribuidas las actividades y los tiempos correspondientes.

Tabla 3: Cronograma

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																										
Plan Estratégico de Comunicación "JALBONI- Laboratorio mágico"																										
ESTRATEGIAS	ACTIVIDADES	Duración Actividades MESES	AÑO 1																							
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12												
			AÑO 2				AÑO 3				AÑO 4															
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Estrategia de visibilidad "Operación saber, el desafío educativo"	1. Crear una presencia digital sólida y coherente.	13	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	
Estrategia de visibilidad "Operación saber, el desafío educativo"	2. Crear alianzas estratégicas	12	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	
Estrategia de visibilidad "Operación saber, el desafío educativo"	3. Crear publicidad social media	24	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	
Estrategia de visibilidad "Operación saber, el desafío educativo"	4. Realizar la jornada de puertas abiertas	6	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	
Estrategia de integración "El legado, héroes del aprendizaje"	5. Realizar la jornada de tradición jalbonista	6	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	
Estrategia de integración "El legado, héroes del aprendizaje"	6. Crear el mural de las emociones	8	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	
Estrategia de integración "El legado, héroes del aprendizaje"	7. Implementar el taller Evaluémonos para crecer	4	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	
Estrategia de renovación "Misión educativa, preparados para el futuro"	8. Crear el cortometraje Familia Jalbonista	4	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	
Estrategia de renovación "Misión educativa, preparados para el futuro"	9. Implementar los talleres de creación	10	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	

Fuente: elaboración propia (2023)

h. Presupuesto

De acuerdo con las estrategias propuestas y sus respectivas actividades, el proyecto tiene la finalidad de realizarse durante los años 2024 y 2025. Para ello se hizo pertinente conocer el monto total que será utilizado para llevar a cabo lo planeado en el Colegio Psicopedagógico Monseñor Jaime Alberto Bonilla Nieto - JALBONI. Por lo que se elaboró una tabla con el presupuesto en relación con las actividades a realizar y a los recursos que se usarán.

Tabla 4: [Presupuesto JALBONI](#)

ENTIDAD	Colegio Psicopedagógico Monseñor Jaime Alberto Bonilla Nieto	
NOMBRE DEL PROYECTO	JALBONI - Laboratorio mágico	
ESTRATEGIA	VALOR TOTAL	VALOR A PAGAR
Estrategia 1	\$ 155.842.093	\$ 11.885.000
Estrategia 2	\$ 34.467.228	\$ 1.296.985
Estrategia 3	\$ 46.388.415	\$ 472.000
TOTAL PLAN	\$ 236.697.736	
TOTAL A PAGAR	\$ 13.653.985	

Fuente: elaboración propia (2023)

Meta del PECO

Al finalizar la implementación del Plan Estratégico de Comunicación para el Colegio Psicopedagógico Monseñor Jaime Alberto Bonilla Nieto - JALBONI se espera que en un contexto favorable se logre aumentar en un 80 % la capacidad total de estudiantes finalizando el año 2026, en un contexto no tan favorable se espera alcanzar un 65% de la capacidad total de la organización y en un contexto desfavorable se espera alcanzar el 50% de su capacidad total.

11. Conclusiones

Con la implementación del Plan Estratégico de Comunicación, se espera lograr una significativa mejora en la visibilidad y posicionamiento del Colegio Psicopedagógico Monseñor Jaime Alberto Bonilla Nieto - JALBONI. Se proyecta que, en el plazo de tres años, la institución aumente su matrícula. Esto se debe a la creciente notoriedad del colegio entre los padres de familia y estudiantes potenciales gracias a la implementación de estrategias de comunicación más efectivas. Además, se prevé un incremento del 25% en la participación en las actividades escolares, ya que una comunicación más sólida y enfocada involucrará activamente a la comunidad educativa en eventos y proyectos.

Se busca consolidar la visibilidad del JALBONI en su comunidad y entre posibles familias y estudiantes. Se espera que la institución se destaque en su entorno, ganando reconocimiento y aprecio por su compromiso con la educación de calidad y valor diferencial. La implementación exitosa podría conducir a un aumento en el número de estudiantes y la participación en eventos y actividades escolares. La visibilidad mejorada fortalecerá la identidad de la institución como un lugar de aprendizaje integral y de valores.

Una de las metas principales del Plan Estratégico de Comunicación (PECO) es fortalecer los vínculos dentro de la comunidad educativa ya vinculada con el colegio. Se proyecta que los padres de familia se sientan más comprometidos y parte integral de la institución. Esta mayor implicación de los padres podría generar un aumento en la participación en eventos escolares y actividades extracurriculares. Además, se espera que los docentes tengan una disposición y una actitud colaborativa en la implementación de programas y proyectos, lo que resultará en un entorno de aprendizaje más enriquecedor para los estudiantes.

La intención es impulsar la innovación pedagógica, brindando a los docentes herramientas y estrategias para mejorar la calidad de la educación. A medida que se incorporen prácticas más innovadoras y tecnología en el aula, se espera que los estudiantes

tengan una experiencia educativa más moderna y atractiva.

En un entorno educativo en constante evolución, este proyecto representa una oportunidad significativa para abrazar el cambio y dar forma a un futuro brillante. Con la firme intención de mejorar la visibilidad, fortalecer los lazos de comunidad y promover la innovación pedagógica, el colegio está listo para enfrentar los desafíos que se presenten. A medida que se consoliden estos esfuerzos, las investigadoras aspiran a que la institución se destaque como un lugar representado por la educación de calidad, donde los estudiantes y sus valores brillen por sí mismos.

Por otra parte, en el desarrollo de la Especialización Comunicación Estratégica para las Organizaciones los aprendizajes fueron significativos y bastante enriquecedores, ya que en este proceso académico se adquirieron habilidades y conocimientos para el futuro profesional de las investigadoras, siendo fuente esencial para su crecimiento exponencial.

Analizar las situaciones comunicacionales de una organización a través de herramientas de recolección y análisis de la información permite tener un panorama más amplio para conocer a profundidad el entorno en que se encuentra una organización y así mismo, adquirir las capacidades necesarias para desenvolverse apropiadamente como investigadoras en una situación determinada.

La interdisciplinariedad de conocimientos que se encuentran en el aula permite que se consolide el aprendizaje más allá de una rama del conocimiento, lo cual es esencial en un mundo laboral dinámico y cambiante. Esa posibilidad de adaptarse a las necesidades del mercado laboral permite que se valoren los talentos y habilidades de cada individuo y esto es necesario para cada organización tanto del sector público como del privado y del tercer sector, porque un mundo que está en constante cambio necesita de personas que sean capaces de innovar y de adaptarse a las circunstancias que emerjan.

El proceso de aprendizaje durante la especialización en Comunicación Estratégica para las Organizaciones ha permitido comprender lo verdaderamente importante para las

organizaciones y por tanto, adquirir un pensamiento y un criterio estratégico es una habilidad muy importante en un escenario donde la comunicación está sobrevalorada y no se le otorga el verdadero sentido transformacional que tiene. En ese sentido, esta especialización permite tener una visión más amplia del poder de la comunicación, ya que tiene una visión más humana y menos instrumentalizada, le apuesta a que las personas deben ser el centro de las organizaciones para que existan cambios y transformaciones significativas.

12. Referencias

- Aastha, B. y Shazi, S. J. (2019). Corporate Social Responsibility Practices in Small and Medium Enterprises. Polish Journal of Management Studies, 19(1), 9-20.
https://www.researchgate.net/publication/334671467_Corporate_Social_Responsibility_Practices_in_Small_and_Medium_Enterprises
- Ampié V., Aracely; Estrada H., Hazel y Hernández C., Solahanye (2019) Propuesta de comunicación interna y externa para el colegio público, anexo Pablo Antonio Cuadra, de la comarca Las Enramadas en Managua, durante el segundo semestre del 2018. *Otra thesis, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, Managua.*
<https://repositorio.unan.edu.ni/12419/1/9719.pdf>
- Arias, F. (2012). *EL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN Introducción a la metodología científica*. EPISTEME. <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf-1.pdf>
- Bellorín, B. De la lengua D.D.D, DE L'EDUCACIÓ, F.D.C., DE LA LENGUA, E.D., & LOS CUENTOS, D.H.P.D. (2009)
https://www.academia.edu/download/59774266/Bellorin_Brenda_-_Los_cuentos_de_hadas_de_Disney._Tesis_de_maestria_UAB20190617-18686-18haq9d.pdf
- Briones, G. (s/f). *Metodología de la investigación cuantitativa en las ciencias sociales.*
<https://metodoinvestigacion.files.wordpress.com/2008/02/metodologia-de-la-investigacion-quillermo-briones.pdf>

- Castellanos, J. Cruz, M. (2014) *Una mirada a la evolución histórica de la estrategia organizacional*. REAL. <https://www.regent.edu/journal/real-revista-de-estudios-avanzados-de-liderazgo/estrategia-organizacional/>
- Fonseca, M. (2005). *Comunicación oral fundamentos y práctica estratégica*. Pearson Educación de México.
<https://books.google.co.ve/books?id=KZAASf370B8C&printsec=copyright&hl=es&pli=1#v=onepage&q&f=false>
- García, G. y García, R. Carpeta PEI - JALBONI. [documento físico]. Bogotá: (2002).
- Gelvez, J., & Rodríguez, O. (2021) "Conectados - Somos La Solución" Plan estratégico de Comunicación para el programa de "Publicidad y Mercadeo" de la Fundación Universitaria San Martín Sede Bogotá (trabajo de grado). Corporación Universitaria Minuto de Dios, Bogotá - Colombia.
https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/13077/1/TE.CEO_GelvezJesus-RodriguezOmar_2021
- Hernández, R. (2014). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN*. McGRAW-HILL Education. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Incorvati, M. (2018). Propuesta de un plan estratégico de comunicaciones para la Corporación Jumpa Jump. Cundinamarca: Universidad De La Sabana.
<https://intellectum.unisabana.edu.co/bitstream/handle/10818/34582/Monograf%C3%ADa%20Maxddybi%20Incorvati.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Julio Marriaga, R., & González Mercado, M. (2018). Plan estratégico de comunicación externa para la visibilidad del grupo Benkos Ku Suto (Doctoral dissertation, Universidad de Cartagena).

<https://repositorio.unicartagena.edu.co/bitstream/handle/11227/6664/BENKOS%20FINANCIAL%20IMPRIMIR.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

López Vizcaíno, Y. P., Luna Benedetti, M. P., & Rodríguez Barrio, A. P. (2016). Estrategia de comunicación para ampliar la visibilidad de la fundación oportunidades para el futuro y atraer potenciales benefactores (Doctoral dissertation, Universidad de Cartagena).

<https://repositorio.unicartagena.edu.co/bitstream/handle/11227/4648/Tesis%2001%20ODE%20DIC%202016%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Massoni, S. (s.f) *Modelo de comunicación estratégica*

<http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/bitstream/54000/1150/1/Massoni-%20Comunicaci%C3%B3n%20estrat%C3%A9gica.pdf>

Porter, M.E.; Kramer, M.R. (2006): "Strategy and Society. The Link between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility", Harvard Business Review, 84 (12), pp. 78-92. Recuperado de:

<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/sd.2007.05623ead.006/full/html>

Pérez, R. (2014) *La estrategia como un campo de estudio*. Revista Mediterránea de estudio <file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-LaEstrategiaComoCampoDeEstudio-4897366.pdf>

Quintero Cortes, L. D. Plan estratégico de comunicación interna para el colegio agustiniano suba de la orden de agustinos recoletos.

<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/4337/2017lauraquintero.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Ruiz Román, C., Calderón Almendros, I. y Torres Moya, F. J. (2011). Construir la identidad en los márgenes de la globalización: educación, participación y aprendizaje. *Cultura y educación*, (23), pp. 589-599.

https://www.researchgate.net/publication/233630361_Construir_la_identidad_en_los_margenes_de_la_globalizacion_Educacion_participacion_y_aprendizaje

Sánchez, J. (2019). Recursos naturales, medio ambiente y sostenibilidad: 70 años de pensamiento de la CEPAL. En N° 158 (LC/PUB.2019/18-P). Recuperado de: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44785/1/S1900378_es.pdf

Uranga, W. (2007). *MIRAR DESDE LA COMUNICACIÓN Una manera de analizar las prácticas sociales*. <http://www.comunicacion4.com.ar/archivos/URANGA-MirarDesdeLaComunicacion.pdf>

13. Anexos

En este apartado se incluye la recopilación de información recolectada por el equipo de trabajo mediante las diferentes técnicas aplicadas durante el proceso de análisis y diagnóstico en la organización en el colegio Psicopedagógico Monseñor Jaime Alberto Bonilla Nieto (JALBONI). Así mismo, se incorporan diversas fotografías y vídeos que sirven como evidencia para el proceso del proyecto.

[Ver anexos](#)