UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y COMUNICACIÓN

PROGRAMA DE RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

"PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS PARA EL FORTALECIMIENTO, DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN DE LA IMAGEN DEL COLEGIO SECUNDARIO CATÓLICO SAN LUIS GONZAGA DE LA CIUDAD DE QUITO"

GEOVANNY VLADIMIR VILLARRUEL RUBIO

DIRECTOR: RENÉ ARBOLEDA NARANJO

QUITO-ECUADOR

MARZO 2012

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y COMUNICACIÓN

PROGRAMA DE: Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional

TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
Licenciado en Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional

TEMA: "Plan de Relaciones Públicas para el fortalecimiento, difusión y promoción de la imagen del Colegio Secundario Católico San Luis Gonzaga de la ciudad de Quito"

AUTOR: GEOVANNY VLADIMIR VILLARRUEL RUBIO

DIRECTOR: RENÉ ARBOLEDA NARANJO

QUITO-ECUADOR

MARZO 2012

Yo, GEOVANNY VLADIMIR VILLARRUEL RUBIO me responsabilizo de este trabajo de titulación un “Plan de Relaciones Públicas para el fortalecimiento, difusión y promoción de la imagen del Colegio Secundario Católico San Luis Gonzaga de la ciudad de Quito”

Del contenido del presente trabajo se responsabiliza su autor.

GEOVANNY VLADIMIR VILLARRUEL RUBIO

CI: 1720976503

DEDICATORIA

A Dios y a mi Madre, gracias al apoyo integro que ellos me han brindado en mi formación académica, me encuentro en una posición tan ventajosa frente al mundo; de tal manera que los conocimientos que poseo como profesional, los pongo al servicio de la sociedad y de mi auto bienestar. A ellos les debo todo lo que soy.

AGRADECIMIENTOS

A Dios, ya que con su amor y ojos de misericordia me ha otorgado la fuerza para seguir adelante en todo lo que me he propuesto en la vida.

A mi Madre, la mujer maravillosa que siempre cree en mi, y que con su apoyo y entrega incondicional ha formado valores de amor y lucha a todo lo que forje en mi vida.

A toda mi familia, Tíos, Tías y primos que siempre han estado a mi lado, y que con su apoyo integro forman parte de mi vida.

A mi abuelita y a mi tía abuelita, que con sus consejos me han formado valores para ser una mejor persona.

A todos mis profesores, que con sus conocimientos impartidos durante la carrera, me han convertido en un profesional altamente competitivo, y que pueda asumir cualquier tipo de reto en la vida.

A un profesor y gran amigo, René Arboleda Naranjo que con sus conocimientos me ha brindado parte de su tiempo y experiencia al realizar este trabajo de titulación.

A mis lectoras, ya que gracias a sus conocimientos y observaciones han hecho posible este trabajo de titulación.

A la Señora Decana, que siendo la mayor autoridad de la facultad, siempre ha dado apertura y atención a cualquiera de mis solicitudes e inquietudes; mil gracias.

INTRODUCCIÓN

Este trabajo de investigación se encuentra desarrollado con el propósito de difundir, promocionar y fortalecer la imagen del colegio secundario católico San Luis Gonzaga de la ciudad de Quito. En nuestro proceso de investigación se pudo encontrar muchas falencias en cuanto a su Imagen Institucional.

Lo cual conllevó a que sea viable y tomado en cuenta como tema de tesis. Se procedió con un protocolo de investigación. La inclusión de un marco teórico, con un contenido vinculado a estas instituciones se apoyó con métodos y herramientas de investigación, para dar paso a la propuesta. Esto nos trasladó a que la mejor opción fuese un Plan de Relaciones Públicas, que nos permita alcanzar los niveles deseados, favorables y acordes a los requerimientos; en donde se encuentra desenvolviéndose esta institución educativa. Sin dejar de lado sus principios por los cuales se ha estado rigiendo el Colegio San Luis Gonzaga. Es decir lo que se realizó es dinamizar y dar a conocer todo lo que pueda proyectar como imagen a esta institución educativa; con el afán de que sus públicos tanto internos como externos obtengan la mejor de las percepciones.

De esta manera el conjunto de pasos, los que comprenden análisis, investigación y una propuesta, pueda aplicarse para que el Colegio San Luis Gonzaga; con el fin de que su Imagen Institucional no se encuentre amenazada, ni vulnerable; todo lo contrario se encuentre a la vanguardia, fortalecida y bien difundida; siempre dispuesta a enfrentar cualquier tipo de contingencia o crisis que se le presente en el desarrollo de sus actividades como organización en una sociedad en constante cambio y evolución.

TABLA DE CONTENIDO

CAPÍTULO I

PROTOCOLO DE TESIS

1.1 Tema 1

1.2 Objetivo General del Estudio 1

1.3 Objetivos Específicos del estudio 1

1.4 Justificación del estudio 2

1.5 Idea a defender 3

1.6 Variable Independiente 3

1.7 Variable Dependiente 3

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes, Aporte, Historia e Influencia de los Jesuitas en la Educación Católica en el Ecuador 4

2.2 Los Jesuitas en el Reino de Quito 5

2.3 Los Jesuitas en el Ecuador 8

2.4 La actual situación de la Educación Ignaciana 11

2.5 Propuesta Educativa de la Compañía de Jesús, Fundamentos y Práctica 13

2.6 La Expulsión de los Jesuitas del Ecuador 19

2.7 El Retorno de los Jesuitas al Ecuador 19

2.8 Postura de la Iglesia Católica frente a la Evolución Científica en la Educación 21
2.9 San Ignacio de Loyola Educador, Patrono y Pionero de la Educación Ignaciana 24
en el Ecuador, su legado y mensaje a los educadores
2.10 Colegio San Luis Gonzaga 28
2.10.1 Reseña Histórica 29
2.11 Las Relaciones Públicas enfocadas a la Potenciación y Difusión de la imagen de las Instituciones Educativas Religiosas Católicas de la Ciudad de Quito 31

CAPÍTULO III

3.1 METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

3.2 Tipos de estudio 39

3.2.1 Observacional 39

3.2.2 Descriptivo 39

3.2.3 Exploratorio 40

3.2.4 Explicativo 40

3.2.5 Predictivo 41

3.3 Métodos de Investigación 41

3.3.1 Inductivo 41

3.3.2 Deductivo 42

3.4 Tipos de Investigación 42

3.4.1 Cuantitativa 42

3.5 Técnicas de investigación 43

3.5.1 Encuesta 43

3.6 Tipo de muestreo 43

3.6.1 Probabilístico 43

3.6.2 Fórmula para la muestra Padres de Familia 44

3.6.3 Fórmula para la muestra de docentes y personal administrativo 44

3.6.4 Fórmula para la muestra de estudiantes del colegio 45

3.6.5 Entrevista a la Rectora del colegio San Luis Gonzaga 45

3.7 Investigación a docentes, personal administrativo, alumnos y padres de familia del colegio San luís Gonzaga. 48

CAPITULO IV

4.1 PROPUESTA PARA LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA RELIGIOSA CATÓLICA SAN LUÍS GONZAGA

4.2 Objetivo general 129

4.3 Objetivos específicos 129

4.4 Cuadro de estrategias y tácticas para la mejor promoción, difusión y fortalecimiento de la imagen del colegio religioso católico secundario San Luis Gonzaga. 130

4.4.1 Estrategias y tácticas para padres de familia y alumnos del colegio San Luis Gonzaga. 130

4.4.2 Estrategias y tácticas para personal docente y administrativo del colegio San Luis Gonzaga. 136

4.4.3 Evaluación e indicadores de medición de objetivos. 139

4.4.4 Evaluación e indicadores de medición de estrategias y tácticas. 141

4.5 Cronograma para la propuesta de la difusión, promoción y fortalecimiento de la imagen del colegio San Luis Gonzaga. 148

4.6 Presupuesto para la propuesta de la difusión, promoción y fortalecimiento de la imagen del colegio San Luis Gonzaga. 149

CAPITULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones 150

5.2 Recomendaciones 152

5.3 Anexos 153

5.4 Bibliografía 169

CAPÍTULO I

PROTOCOLO DE TESIS

1.1 TEMA:

"Plan de Relaciones Públicas para el fortalecimiento, difusión y promoción de la imagen del Colegio Secundario Católico San Luis Gonzaga de la ciudad de Quito"

1.2 OBJETIVO GENERAL DEL ESTUDIO:

Realizar un estudio exploratorio y explicativo del manejo de la imagen institucional del Colegio Secundario Católico San Luis Gonzaga, y presentar una propuesta de implementación de un plan de Relaciones Públicas, para lograr una mejor difusión, promoción y fortalecimiento de su imagen.

1.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL ESTUDIO:

- Realizar un estudio exploratorio sobre los antecedentes del Colegio Secundario Católico San Luis Gonzaga.
- Investigar el nivel de aceptación que tiene el Colegio Secundario Católico San Luis Gonzaga en la ciudad de Quito.
- Realizar un estudio explicativo acerca de las causas que afectan a la imagen institucional Colegio Secundario Católico San Luis Gonzaga.

- Realizar un análisis acerca de las características más importantes del Colegio Secundario Católico San Luis Gonzaga, y que resultan de interés para sus públicos vinculados.

- Diseñar y estructurar un plan de relaciones públicas para apoyar la difusión y promoción y fortalecimiento de la imagen Colegio Secundario Católico San Luis Gonzaga.

1.4 JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO

Como punto de partida es necesario realizar un estudio de carácter teórico, que desde luego, implica la formulación de evidencia empíricas para ayudar al esclarecimiento de nuestro problema de investigación el cuál en su momento dará respaldo a la formulación de un plan de Relaciones Públicas que ayude a la difusión, promoción y fortalecimiento de la imagen del Colegio Secundario Católico San Luis Gonzaga. Este aporte consta de dos puntos de impacto: el conceptual y el operacional. El conceptual, por medio de la revisión de textos que aporten con definiciones que nos lleve a tener una perspectiva más clara y con fundamentos de nuestro tema. En tanto que el operacional, se lo hará por medio de nuestro plan de Relaciones Públicas el cual encontrará y mejorará los puntos que se encuentren menos favorecidos en la imagen de esta institución educativa. Resulta un elemento clave para su explicación entender el papel que juega la imagen de esta institución educativa católica.

Esta institución, con una imagen poco favorable y no tan actualizada, puede verse afectada en su progreso, puesto que este es uno de sus recursos más valiosos. Por tanto se tendrá que hacer cualquier tipo de esfuerzo para realizar los cambios que sean necesarios y aporten de manera positiva a su imagen.

1.5 IDEA A DEFENDER:

El diseño, divulgación y puesta en práctica de un plan de Relaciones Públicas orientado a fortalecer la imagen institucional, haría posible el crecimiento sostenible, el fortalecimiento, y el desarrollo del Colegio Secundario Católico San Luis Gonzaga.

1.6 VARIABLE INDEPENDIENTE:

El diseño, divulgación y puesta en práctica de un plan de Relaciones Públicas orientado a fortalecer la imagen institucional del Colegio Secundario Católico San Luis Gonzaga.

1.7 VARIABLE DEPENDIENTE:

El crecimiento sostenible, desarrollo y fortalecimiento de la imagen, así como el logro de los objetivos institucionales del Colegio Secundario Católico San Luis Gonzaga.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES, APORTE, HISTORIA E INFLUENCIA DE LOS JESUITAS EN LA EDUCACIÓN CATÓLICA EN EL ECUADOR

Los jesuitas en el Ecuador han sido los pioneros de la educación, por tanto, es importante analizar su historia para entender que tan relevante es el papel que desempeñan y su incidencia en la educación de América Latina.

En la actualidad los jesuitas ocupan los espacios más destacados y representativos de la labor educativa, como parte inicial del Marco Teórico en el proceso de investigación, hablaremos de los antecedentes históricos y sociales que marcan de alguna manera la vida social y cultural de nuestro país.

2.2 LOS JESUITAS EN EL REINO DE QUITO:

Cabe analizar cómo fue la introducción de los Jesuitas en el Ecuador, y cómo fue su injerencia en la idea de lo que debía ser la educación en los pueblos de la Conquista.

La labor ejercida por los jesuitas desde sus su llegada a tierras ecuatorianas ha sido de motivación e inspiración para que la comunidad educativa siga con una tradición de educación de calidad con fundamentos religiosos, principios y valores que los han llevado a ser una de las fuentes educativas más solicitadas y visitadas a través de los tiempos en América Latina, en este caso en Ecuador y en su ciudad capital. A pesar de los años eta

comunidad ha logrado crecer y evolucionar sin perder la esencia y el fondo de su objetivo, la cual ha sido transmitida a sus estudiantes.

Sus enseñanzas se caracterizan por tener disciplina y formación de valores con base del amor a Dios y entrega a la comunidad, sin dejar de lado la formación que ayude, contribuya y colabore con la sociedad donde sus estudiantes se desenvolverán durante su vida.

Desde la llegada de los españoles a lo conocemos en la actualidad como América Latina, la especie humana en el continente presentó y sufrió varios cambios, refiriéndonos en el aspecto racial lo cual incidió en todo; por poner un ejemplo, el Español se hizo criollo, lo cual convirtió de manera definitiva a su esencia castellana, el indio al hacerse mestizo desintegró completamente sus orígenes indígenas. Estas conversiones fueron totalmente marcadas, y empezaron a sobresalir existencias de nuevos entes en la sociedad que se estaba desarrollando.

Con esta diversidad de razas que empezaban a nacer en una mezcla étnico, religioso y social llegaron los jesuitas, justamente a los cuarenta años del fenómeno social, étnico y religioso de la fundación española de Quito. La causa de esta tardía llegada, no es el momento explicarlas, pero valdría la pena buscarlas y criticarlas, pues jesuitas misioneros viajando por lejanas regiones del Asia, aparecen aun antes de la aprobación canónica de la orden de 1540.

Domingo de Bermeo fue el primer quiteño que realizó una alianza estratégica con la Compañía de Jesús en 1575, en la ciudad de Lima. Un año antes en misión volante llegaron

a nuestro territorio los primeros jesuitas, como fue el Padre Juan Gómez y el Hermano Miguel Marco hacia Guayaquil, mientras que ingresaban los Padres Miguel Fuentes y Cristóbal Sánchez a la ciudad de Quito, cabe recalcar que este viaje les duró el tiempo de siete meses para llegar a la ciudad, en donde fue que arrendaron una casa en la Loma Grande, cerca de Santo Domingo a cuyo convento lo iban a llamar como el sector donde estaban cerca.

Una vez ya ubicados en un lugar específico donde empezarían sus actividades de enseñanza y capacitación aparece un documento oficial jesuítico, el cual indicaba que un quiteño debía ser analizado y tomando en cuenta con el afán de que si domina el quichua y el castellano podía ser tomado en cuenta para aprender las ciencias los cuales ellos venían a impartir. Este fue el caso de Domingo de Bermeo que tenía la doctrina y la habilidad en las ciencias, la escritura y lectura, importantes para alcanzar el beneficio de la educación Jesuita que se quería impartir al pueblo de la Colonia. [1]

Cristóbal Narváez hijo de Juan López de San Pedro y de María Narváez fue el primer estudiante quiteño, el cual fue noviciado en la ciudad de Quito, con las reglas de la Compañía de Jesús. No se sabe cuáles fueron las causas, pero tuvo que salir de la Compañía. Volviendo donde los padres de la Loma Grande él fue un modelo de lo que se podía alcanzar con el estudio y conocimiento en ciencias que impartía la educación jesuita.

---

[1] Monumenta H.S.I Monumenta Peruana, Editorial San Pedro, primera edición, año 2003 , pág. 130

Su testimonio fue muy importante ya que esto motivaría a que más personas acudieran al llamado jesuita para promulgación de la educación que profesaban e impartían.

Con esta breve razón histórica en esta época muy remota del país continuaremos con la actual situación de la educación jesuita, la cual ha sido la congregación más influyente en la educación religiosa católica en la ciudad de Quito.

2.3 LOS JESUITAS EN EL ECUADOR

Los Jesuitas llegaron al territorio actual de Ecuador a los cuarenta años de la Fundación Española de Quito, Domingo de Bermeo fue el primer quiteño que ingresó en la Compañía de Jesús en el año de 1575, lo hizo en Lima y no fue sacerdote sino hermano coadjutor. [2]

El 11 de junio de 1586 salen de Lima para Quito el Padre Piñas como superior, el Padre Diego González Holguín, autor conocido entre los lingüistas por su gramática y diccionario quichua, el Padre Juan de Hinojosa, que venía como lector de artes y el hermano coadjutor Juan de Santiago, llegaron el 19 de julio. Ejercieron su misión en la catedral de Quito y en otras iglesias de la ciudad, predicando a los indígenas del sector de Santa Bárbara en su propia lengua como acostumbraban realizarlo en el Cuzco. Esto hizo que el momento que predicaron la educación en la lengua indígena, los conocimientos científicos que querían enseñarles se lo realice de manera mucho más amigable y de un fácil entendimiento y que a la par pudieran tener acceso del aprendizaje de la lengua castellana española.

---

[2] Extracto y edición del documento “Los Jesuitas en el Ecuador” , editorial AEDIP, Quito 2003, pág. 45

El 30 de agosto de 1587 un terremoto azotó a la ciudad de Quito, Otavalo y otras poblaciones de las cercanías, y en el año de 1589 una epidemia de viruela produjo incontables víctimas. Durante ambas desgracias los sacerdotes jesuitas extreman su ayuda a estas poblaciones las cuales estaban atravesando estas catástrofes, sin dejar de lado la difusión del conocimiento científico pedagogo.

En el año de 1605 la Compañía de Jesús funda el primer noviciado en tierras del Reino de Quito y se establece en la ciudad como Vice provincial, desarrollando un intenso trabajo de misiones en la región occidental con las tribus de los Colorados fundan nuestra Señora de Loreto y van a las selvas amazónicas del norte centro y suroriente y entre aquellas que vienen en el noroccidente, fundando las poblaciones de Nono, Mindo, Nanegal, Gualea, Bolaniguas y Cicaniguas en el sector de Esmeraldas. Todo esto con el ánimo de que la educación llegase a todas las poblaciones y comunidades que carecían y se encontraban limitadas con carencia educativa jesuita. [3]

Como se dijo, inicialmente los Jesuitas se instalaron en el sector de Santa Bárbara de Quito hasta 1589 para luego trasladarse a una nueva localidad la cual la adquirieron, y en donde pensaban edificar su colegio situado al sud-este de la catedral, quebrada de por medio, y correspondía a la manzana que se halla frente a la actual Iglesia de la Compañía.

---

[3] Extracto y edición del documento "Los Jesuitas en el Ecuador" , editorial AEDIP, Quito 2003, pág. 48

Allí levantaron una pequeña iglesia de adobe con el título de San Jerónimo, la cuál era provisional y en ella ejercerían sus ministerios por más de veinte años, desde 1589 a 1613. En agosto de 1594 aceptaron la dirección del Seminario diocesano y vieron que el local en dónde funcionaban, frente a la iglesia de El Sagrario, era muy pequeño, proponiendo la permuta de ese terreno con el del colegio que ellos tenían junto a la iglesia de San Jerónimo, adquiriendo así una parte del área en dónde después levantarían la nueva iglesia y el colegio.

Por fin en 1605 compran el resto de la manzana y comienza la edificación de la iglesia de la Compañía bajo el rectorado del Padre Nicolás Mastrilli. En 1613 estaba terminada la nave central y las dos laterales y la iglesia que se abre al culto público. El crucero se termina en 1616 bajo la dirección del hermano Miguel Gil del Madrigal y se levantan las paredes del presbiterio juntamente con la sacristía. [4]

Entre otras iniciativas de los Jesuitas cabe mencionar que tras numerosos trámites importan la primera imprenta y la establecen en Ambato en donde aparece el primer impreso titulado "Piissima erga Dei Genitricem devotio adimpetrandam gratiam articulo mortis" (La mayoría de humilde devoción hacia la Madre de Dios en la gracia del punto de la muerte). Hasta 1759 se imprimen doce publicaciones y en ese año la imprenta se traslada a Quito y se imprime el primer libro titulado: "Divino Religionis Propugnaculo Polari Fidclium Syderi" (De las defensas religiosas a las estrellas polares), cuya autoría corresponde al

---

[4] Extracto y edición del documento "Los Jesuitas en el Ecuador" , editorial AEDIP, Quito 2003, pág. 49

padre Juan Bautista Aguirre, la imprenta funcionó en poder de la Compañía de Jesús hasta 1767, año de la expulsión. El padre Gaspar Cugía abrió las primeras escuelas en las selvas amazónicas para niños y niñas, en Borja, en 1640. Igual cosa ocurrió en Quito, Latacunga, Cuenca, Ibarra, Guayaquil, Riobamba, Loja y Ambato. [5]

En cuanto a la enseñanza las primeras menciones de su impartición datan de 1588 en la casa de Santa Bárbara, con clases de "Gramática" como ciencia de hablar y de explicación de los autores. En la casa de San Jerónimo, es decir, en la manzana de la calle de la iglesia Sagrario, se impartieron cursos de Gramática, Humanidades, Retórica y Poesía, procediendo luego a abrir el de Filosofía. Tanto en las escuelas como en los cursos subsiguientes la enseñanza era gratuita.

El 30 de marzo de 1638 fue autorizada la fundación del Colegio de Cuenca, el 16 de diciembre de 1640 los jesuitas se hacen cargo del Colegio de Popayán y el 19 de agosto de 1684 abren el Colegio de Ibarra. El Colegio de Riobamba fue abierto a comienzos del siglo XVIII. El Colegio de San Javier de Guayaquil se abrió en 1705. Dentro de la provincia jesuita de Quito se abrieron colegios en Buga, Panamá, Pasto y el último en Loja, hubo enseñanza secundaria en Ambato y Latacunga.

El Seminario de San Luis de Quito fue fundado en 1594 y entregado a la compañía de Jesús y en cuanto a la Universidad de San Gregorio, aunque su fundación oficial data de 1622, los

---

[5] Extracto y edición del documento "Los Jesuitas en el Ecuador" , editorial AEDIP, Quito 2003, pág. 52

primeros actos y clases universitarias arrancaron años atrás, habiendo trabajado un total de 147 años hasta la expulsión de los Jesuitas y entregado 87 promociones de graduados.

Una breve mención a los libros atesorados por los Jesuitas. Existe constancia escrita de que tras su expulsión la biblioteca general fue entregada con 14.892 volúmenes al Dr. Eugenio Espejo, quién dejo escrito que entre los libros de la Biblioteca General de Quito y de las otras casas recibió cerca de 40.000 volúmenes. Los duplicados fueron subastados en Quito. Es así como se puede identificar la entrega y devoción de los Jesuitas a la educación creando con el pasar del tiempo verdaderos templos de sabiduría, edificados en diferentes puntos estratégicos de la Colonia, con un comienzo y una base fundamental en la ciudad de Quito, la cuál era considerada por los Jesuitas como la cuna del conocimiento.

2.4 LA ACTUAL SITUACIÓN DE LA EDUCACIÓN IGNACIANA:

Después de realizar una breve revisión de la educación católica en sus inicios y formación, daremos paso a examinar cómo es que se encuentra actual situación de la educación católica, siguiendo la línea de educación Jesuita Ignaciana para poder ampliar el conocimiento y verificar que cambios ha sufrido con el pasar del tiempo, y como es que se ha convertido en una educación de calidad y altamente competitiva. Siendo que es muy apreciada y cotizada por padres de familia, los cuáles desean que sus hijos sean educados bajo los lineamientos y parámetros que ofrece este tipo de educación; para luego proceder a analizar, cuáles son los motivos determinantes que conllevan a los padres de familia a que les parezca la opción más atractiva y que llena todas sus expectativas para educar a sus hijos durante su vida estudiantil.

Con la llegada de la educación Ignaciana al Ecuador, el sistema educativo ha conseguido un gran avance, ya que los Jesuitas a más de ofrecer una educación de calidad lo acompañaron con la parte espiritual, la cual trata de formar a los estudiantes en sentido solidario y de servicio a sus semejantes.

La tradición Educativa de la Compañía de Jesús a lo largo de sus 450 años ha conseguido resultados favorables. Los Jesuitas de hoy y sus compañeros apostólicos laicos/as son herederos de una tradición educativa de una riqueza inmensa tanto por la Espiritualidad Ignaciana (***clave de la existencia, del crecimiento, de los cambios y la transformación, maduración, de la misión, y de la plenitud de la persona***.) [6] que la inspira como por sus desarrollos pedagógicos posteriores.

En el campo educativo esta tradición educativa apostólica se ha nutrido de un grupo de documentos corporativos que fueron escritos por el mismo Ignacio de Loyola (la Parte IV de las constituciones, sus cartas, los Ejercicios Espirituales, diversas instrucciones y orientaciones con motivo de la fundación de los Colegios y Universidades de la naciente Compañía de Jesús) y por muchos Jesuitas que a lo largo de los cuatro siglos han enriquecido este patrimonio cultural y educativo de notable valor. Recientemente se han publicado de nuevos textos educativos orientados y dirigidos por Padres Jesuitas pedagogos quienes, con su magisterio, han dirigido la renovación de la obra apostólica de la

---

[6] Características de la "Educación de la Compañía de Jesús", 1986, y "Pedagogía Ignaciana, UN planteamiento practico 1993"

Compañía de Jesús en el siglo XX e inicios del siglo XXI, particularmente en los Colegios y Universidades. Esto hace que un gran precursor de la educación católica sea Ignacio de Loyola (Patrono, Pionero y fundador de la Educación Ignaciana en el Ecuador)[7], que con sus escritos y estudios han hecho que la educación crezca, de manera que los jesuitas sigan con esta línea de estudios para enriquecer a la juventud deseosa de conocimiento. Una vez entendido como ha ido surgiendo su progreso pedagogo educativo, y cuál es su mayor exponente y guía, damos paso, para expandir de lo que se trata la propuesta educativa Ignaciana.

2.5 PROPUESTA EDUCATIVA DE LA COMPAÑÍA DE JESÚS, FUNDAMENTOS Y PRÁCTICA.

Es pertinente que se aluda a precisiones conceptuales que se pueden encontrar en diversos textos que pueden afirmar de manera negativa y desviar, el verdadero carácter pedagógico de la propuesta educativa Ignaciana:

En Documentos Corporativos de la Tradición Educativa de la Compañía de Jesús se hace referencia al concepto de ***"Educación"*** para describir el proceso por el cual se introduce a la persona en su medio ambiente y se le acompaña para asumir los principios y valores que le ayudarán a formarse como persona y a integrarse a la comunidad en donde habrá de vivir. Este proceso está marcado por una visión confesional, desde la perspectiva de la

[7] Extracto y edición del documento "Los Jesuitas en el Ecuador" , editorial AEDIP, Quito 2003, pág. 67

experiencia espiritual de Ignacio de Loyola.[8] Esta visión religiosa, por su parte, ha orientado el proceso educativo de la Compañía de Jesús.

La educación no solamente tiene el fin de crear profesionales con base en educación para el desarrollo de la persona, no solamente como profesional, sino con valores que lo conlleven a un desarrollo espiritual también, es decir que los dos ámbitos vayan de la mano; se lo llama como un profesional integro al servicio de el mismo y de su comunidad.

En los Documentos Corporativos escritos por la Compañía de Jesús, se utiliza el concepto de ***"Pedagogía"*** ("paidos", niño; "agogía", conducción), tal como se ha recibido de la Tradición Educativa de la Compañía de Jesús, a través de la práctica Educativa centenaria. Significa así el conjunto de procesos, debidamente regulados que, como un camino progresivo, planeando y acompañando, permite a los educadores compartir con sus estudiantes, por una parte, la visión, los valores y los principios educativos contenidos en la espiritualidad Ignaciana y, por otra, ayudar a capacitarlos y prepararlos, con excelencia, en los conocimientos necesarios para su crecimiento humano y su vida en la sociedad. La Compañía de Jesús ha recogido este ideal pedagógico en su célebre síntesis de formar en "virtud y letras". [9]

---

[8] Características de la "Educación de la Compañía de Jesús y Pedagogía Ignaciana, UN planteamiento practico" 199 pag 24

[9] Características de la "Educación de la Compañía de Jesús, y Pedagogía Ignaciana, UN planteamiento practico 1993 pág. 26-28

En este sentido, la Pedagogía Jesuítica consistía en el arte de enseñar y de aprender (ciencia que se ocupa de la educación y de la enseñanza) y se refiere, en general, a lo que se enseña y educa a través de la doctrina y el ejemplo; dos niveles claramente identificables en toda la tradición Educativa de la Compañía de Jesús. Posee, por tanto, como puede inferirse de lo dicho, una dimensión teórica y una dimensión práctica. [10]

Lo que siempre trata de plasmar la educación jesuítica es de que los conocimientos pedagógicos que se les imparte es no solamente para las personas que son beneficiadas con esta educación, sino que sus conocimientos puedan ayudar a sus semejantes, y a más de esto la educación se encuentre con libre acceso a personas que deseen ser libres a través de la educación sin discriminación alguna. Se presenta, en consecuencia, al Paradigma Pedagógico Ignaciano ***(De experiencia, reflexión, acción, sugiere una multitud de caminos en los que los profesores podrían acompañar a sus alumnos y facilitarles el aprendizaje y la madurez, enfrentándolos con la verdad y el sentido de la vida.)***[11] como momentos de un proceso pedagógico y epistemológico, los momentos significan, por tanto, desarrollados secuenciales e interactivos del proceso educativo, orientados y dirigidos por el educador, que concretizan, en un proceso pedagógico sistemático, los valores y principios que fundamentan una visión o manera de ver la vida, las personas los acontecimientos, el mundo, Dios. Su aplicación en el aula tiene como fin ayudar a lograr la

---

[10] Padilla C., René. Nuevas Alternativas de Educación Teológica. Editorial Nueva Creación. Buenos Aires, Argentina. 1986.pag 41

[11] http://www.slideshare.net/Bettyka/paradigma-ignaciano

formación integral del estudiante. Implican a la persona en su mente, su corazón y su acción. Se ponen en práctica a través de métodos y didácticas personalizadas. [12]

En la dimensión práctica de la pedagogía, se precisa que, la Pedagogía Jesuítica se concreta en una metodología muy específica y también enteramente regulada, Bertran-Quera S.I la denomina como una metodología didáctica ya que, *"se ocupa no solo del método de enseñar que es propio del maestro, sino a la vez del método de aprender que es propio del alumno"*. En consecuencia, expone el esquema tríptico de actuaciones sucesivas y concatenadas del método didáctico: Primero, la intervención del maestro (pre lección); segundo, la intervención del alumno (repetición: lectura y trabajo personal sobre el material orientado y entregado por el maestro); y, tercero, la acción conjunta entre el maestro y el discípulo (llevada a cabo con una serie de diversos ejercicios prácticos que pretenden que el alumno asimile, profundice y domine lo explicado y trabajado personalmente, bajo la vigilancia y acompañamiento del maestro). Por tanto, la metodología se asume como el uso de procesos e instrumentos aptos y específicos, claramente definidos y regulados, para el logro de lo que se busca con la Educación y Pedagogía. La Didáctica ayudara a poner en práctica los métodos y se usará con instrumentos concretos que llevan a la actividad exclusiva del alumno con el fin de que él asimile e integre lo que se propone como objeto

[12] Padilla C., René. Nuevas Alternativas de Educación Teológica. Editorial Nueva Creación. Buenos Aires, Argentina. 1986.pag 44-45-46

de estudio y que sepa para que le va a servir y como es que le va a ayudar en su desenvolvimiento profesional.

La educación Jesuítica también posee una base la cual es, que el maestro entregue el conocimiento al alumno, pero la entrega de este conocimiento solamente sea una guía para que él alumno lo pueda desarrollar, ampliar, y que su capacidad de análisis sea muy amplia y él alumno se convierta en un investigador y generador de conocimiento. Es decir el maestro solamente sea un instrumento del conocimiento, y el actor principal de todo este proceso sea el estudiante.

Con estas técnicas instrumentales de aprendizaje escolar permitirán al alumno asumir un conjunto imprescindible de actitudes y acciones, sin las cuales no podrían ni avanzar ni alcanzar su formación integral "en virtud y letras". Su importancia radica precisamente en que son medios instrumentales para poder llegar a las metas superiores propuestas por la Pedagogía Jesuítica, son además, medios insustituibles para progresar en el estudio y el aprendizaje. Tales son: "primero, saber escuchar, contestar, repetir y discutir; segundo, saber interrogar y consultar; tercero, saber tomar notas o apuntes; cuarto, saber pre-leer la lección y leer libros; quinto, saber hablar y expresarse en público; sexto, saber escribir, componer y redactar". Este es un conjunto que conjuga armónicamente "el espíritu y los

instrumentos de trabajo", como se dice actualmente sobre el sentido y metodología de la Educación Personalizada. [13]

La educación Jesuítica también se encuentra siempre con la misión de formar un pensamiento crítico en sus estudiantes, el cual les pueda llevar a dar una opinión diferente a los demás con fundamentos basados siempre en conocimientos científicos. Este pensamiento crítico es llamado también como la expresión de su espíritu acompañado del conocimiento pedagógico.

A continuación se resaltara una etapa muy importante de los Jesuitas, como fue la de su expulsión del país por inconvenientes que se presentaron en la época. Es de suma importancia resaltar esta etapa, ya que se debe destacar de que los Jesuitas atravesaron momentos difíciles y críticos a través de los cuales se intentó que desistan de la promulgación de sus enseñanzas y métodos de educación a los pueblos y comunidades del Ecuador.

---

[13] Zapata, Junior. "Diez palabras del Nuevo Testamento que se usan para describir el concepto de Educación", Convención de Educadores Evangélicos ACSI, Santiago, Chile, 2001.

2.6 LA EXPULSIÓN DE LOS JESUITAS DEL ECUADOR:

El 20 de agosto de 1757 el Rey Carlos III desterró a los Jesuitas de sus dominios y del que hoy es Ecuador, salieron en un número de 269. El Papa Clemente XIV decreto la abolición de la Orden el 21 de julio de 1773 y de los 269 jesuitas quiteños quedaban solo 146. Cuando llegó la restauración por el Papa Pio VII, el 7 de agosto de 1814, únicamente quedaban 20 ancianos de los antiguos jesuitas quiteños, pero ninguno regresó a Ecuador.

Un real decreto de 28 de mayo de 1815 restableció la Compañía de Jesús en todos los dominios españoles. En 1851 una convención nacional autorizó el reingreso de los Jesuitas a un Ecuador ya republicano, pero un decreto del General José María Urbina dispuso su expulsión el 19 de noviembre de 1852.

2.7 EL RETORNO DE LOS JESUITAS AL ECUADOR:

En 1862 los volvió a llamar el gobierno del presidente Gabriel García Moreno y el 28 de marzo de ese año arribaron a Guayaquil. El 3 de septiembre se hicieron cargo del Colegio Nacional de segunda enseñanza (que con el paso de los años se convertiría en el colegio Particular San Gabriel) y del Seminario de San Luis. En enero de 1863 tomaron la dirección del colegio San Vicente de Guayaquil, que conservaron hasta el mes de noviembre de 1875.

El enero de 1864 tomaron el colegio de Riobamba. En octubre de 1869 se encargaron de la dirección de Colegio de Cuenca y lo dejaron en diciembre de 1875. En el Colegio de Quito, desde 1864, establecieron un Observatorio Astronómico y en octubre de 1870 principiaron los cursos de la Escuela Politécnica, cerrada en julio de 1876.

El siglo XX para los Jesuitas en el Ecuador se inicio con el milagro el 20 de abril de 1906, aunque la sucesión de gobernantes del partido liberal fueron agravando y endureciendo las disposiciones y leyes opresoras de la iglesia, de las comunidades religiosas y de la educación que impartan.

Por ejemplo, en el año de 1908, se confiscaron los bienes raíces de las comunidades religiosas, permitiéndoles vivir en sus conventos y dos décadas después se les prohibió hacer construcciones en sus casas o repararlas, pudiendo el gobierno disponer de esos locales a voluntad. En 1944 un grupo de ex-alumnos se entrevisto con el presidente José M. Velasco Ibarra y obtuvo un decreto que aflojó la rigidez al disponer, entre otras cosas, que: "los alumnos de cada colegio particular rendirán pruebas de promoción de curso y de grado en el propio colegio particular bajo el directorio del ministerio que nombrara los delegados oficiales correspondientes". Así empezó la marcha a la libertad, que fue recuperando aunque penosamente los derechos de los colegios católicos. Ya en 1937 se había concretado un Modus Vivendi entre el gobierno del Ecuador y la Santa Sede, se garantizo a la iglesia católica el derecho de fundar planteles de enseñanza, sujetos a las leyes del ministerio de educación, pero libres para enseñar la religión.

Se abrieron las misiones amazónicas, las diócesis e instituciones eclesiales recuperaron su "personería jurídica" y los derechos consiguientes de que habían sido despojadas. La Santa Sede elegiría Obispos previo aviso al gobierno y establecerían representantes diplomáticos mutuos entre ambos estados.

La Santa Sede condonó las expropiaciones de los bienes eclesiásticos y el estado entregó compensaciones económicas por la confiscación de bienes a las comunidades religiosas dispuestas en 1937.[14]

2.8 POSTURA DE LA IGLESIA CATÓLICA FRENTE A LA EVOLUCIÓN CIENTÍFICA EN LA EDUCACIÓN:

Con el objetivo principal de la educación católica, el cual es el de educar a las personas y que a su vez tengan conciencia del amor a Dios, y que los individuos tengan acceso a la educación de manera sencilla, la situación de las instituciones secundarias religiosas de Quito, han ido cambiado, ya que con la influencia del mentor de este modo de educación pedagógica como lo fue Ignacio de Loyola; él se fundamentó en ciencia, conocimiento y el profundo amor a Dios, con servicio a sus semejantes con humildad infinita. Era siempre con el fin de que las personas puedan prosperar, y que no existan límites en el aprendizaje siempre y cuando estos conocimientos sirvan para causas justas y de prosperidad social, es decir un aprendizaje sin límites con un equilibrio y armonía con los demás seres humanos. "Id y enseñad a todas las gentes anunciándoles el mensaje de salvación..." [15]

En la actualidad y con sentido profético el Concilio Vaticano II expresaba: «El género humano, admirado de sus propios descubrimientos y de su propio poder, se formula con

---

[14] Extracto y edición del documento "Los Jesuitas en el Ecuador" editorial AEDIP, Quito 2003, pág. 57.

[15] Extracto y edición del documento "Los Jesuitas en el Ecuador" editorial AEDIP, Quito 2003, pág. 62

frecuencia preguntas angustiosas sobre la evolución presente del mundo, sobre el puesto y la misión del hombre en el universo, sobre el sentido de sus esfuerzos individuales y colectivos, sobre el destino último de las cosas y de la humanidad. El género humano se halla hoy en un período nuevo de su historia, caracterizado por cambios profundos y acelerados, que progresivamente se extienden al universo entero. Como ocurre en toda crisis de crecimiento prosigue el Concilio, esta transformación trae consigo no leves dificultades. Así, mientras el hombre amplía extraordinariamente su poder, no siempre consigue someterlo a su servicio. Jamás el género humano tuvo a su disposición tantas riquezas, tantas posibilidades, tanto poder económico; y sin embargo, una gran parte de la humanidad sufre hambre y miseria y son muchedumbre los que no saben leer ni escribir... El espíritu científico modifica profundamente el ambiente cultural y las maneras de pensar. La técnica con sus avances está transformando la faz de la tierra e intenta la conquista de los espacios interplanetarios.[16]

Es decir la iglesia católica condena como se está llevando la educación, ya que su crecimiento contrae situaciones negativas para el pensamiento de los seres humanos, y no con el fundamento real de progreso el cual es el significado del conocimiento pedagógico. El argumento de la actualidad es que la calidad de la educación se encuentra en niveles muy elevados y que las personas se hallan en un progreso constante sin darse cuenta de que en realidad la educación no está siendo de fácil acceso para todas las personas que desean salir

---

[16] Congregación para la Educación Católica, "*La escuela católica en los umbrales del tercer milenio",* 1997, Perú pág. 6.

de su ignorancia. Por el contrario la educación se la está llevando a niveles ínfimos y cada vez más sufre un desgaste en esencia y significado. No cabe duda que el crecimiento científico no debe ser etiquetado con negativismo, pero si se ha tornado crítico por no ser conducido de manera adecuada. Es cuando se comienza a cuestionar el crecimiento de la educación en países que aplican simples estrategias expansionistas, basadas en el desarrollo lineal de los sistemas escolares, sacrificando la calidad de los servicios educativos pedagógicos ofrecidos.

En virtud de esta expansión muy grande de las matrículas, hoy no se puede hablar de democratización de la educación sin considerar que el problema ya no es llevar más educación, sino conseguir la equidad de la misma. Es reducir la diferencia abismal de calidades entre la educación que reciben los niños de familias pudientes y los niños de familias pobres. Es buscar lo que se denomina como eficiencia externa de la educación, que consiste en la correspondencia de los conocimientos y habilidades recibidos en la escuela con las necesidades de la demanda de las oportunidades de trabajo.

Por tanto es que la educación de la actualidad debe ser científica y con todos los avances tecnológicos posibles que se vayan alcanzando con el paso del tiempo. Con ciertas modificaciones como el de dar herramientas a sus estudiantes que en realidad les sirvan para poder defenderse de los retos que se les presentaran durante su vida. Lo que se habla es que el avance científico no es negativo, pero debe estar siempre acompañado y pendiente a los cambios y necesidades que surjan con el pasar del tiempo.

2.9 SAN IGNACIO DE LOYOLA EDUCADOR, PATRONO Y PIONERO DE LA EDUCACIÓN IGNACIANA EN EL ECUADOR, SU LEGADO Y MENSAJE A LOS EDUCADORES

¿Quién puede saber lo que realmente desea el corazón del ser humano? Solo el espíritu que es más intimo que lo intimo nuestro. Y ese espíritu es el espíritu del Creador y Padre que posa en nuestros corazones para que sepamos pedir y hacer lo que nos conviene. Solo que hay una condición, esta revelación se da únicamente en la convergencia consciente y temática de un largo proceso: caer en la cuenta que somos hombres y mujeres capaces de un amor infinito a Dios. [17]

La intención de Ignacio de Loyola fue la de fundar la Compañía de Jesús y de juntar a un grupo de hombres que sean capaces de promulgar una experiencia del poder descubrir a Dios, de "hallarlo en todas las cosas". Y que a través de la meditación y ejercicios espirituales entender la antropología de las personas y esa sea la base del conocimiento, Loyola deseaba conquistarlos para que de esta manera puedan estar al servicio del señor. Ese es el hombre que pretendía Ignacio de Loyola forjar, un hombre de deseos buscador de los absoluto, conquistador de mundos que se le pongan por delante. Después de forjar a estos hombres conquistadores de mundos, uno más de sus propósitos fue el de que la

[17] RAMAL Andrea Cecilia, "Carta San Ignacio de Loyola a un educador de hoy" Primera Edición, Editorial AEDIP, 2005, pág. 5

tradición jesuítica se convierta en lo que hoy se conoce como la gran familia Ignaciana es decir formar grandes lazos de bondad y amor entre sus semejantes.

Hoy la familia Ignaciana se encuentra en el campo educativo, como una vez lo dijo Ignacio de Loyola "el futuro de la humanidad está en la educación de la juventud", y siglos después el secreto del desarrollo de la humanidad se encuentra en la educación. No se duda de la importancia de la educación, por el contrario se cree en ella y por eso se sigue trabajando. Lo que sí, está poniendo en duda es como se encuentra manejando los parámetros de excelencia educativa actuales los cuales se encuentran en auge, ya que como se los están llevando en la actualidad desune a la familia ignaciana y no sigue por la línea de este tipo de educación, y la conviertan en un educación populista, nada formal y sin ningún tipo de experiencia espiritual, sin apuntar a la misión y visión que la califica como Ignaciana.

Es donde entra en juego en la educación Ignaciana como lo es el *Magis* (ser más para servir mejor)[18], y no mantenerse en conformismo frente a las injusticias, desigualdades y discernimientos sociales. Esta característica hace articulador y estructurante de nuestra acción es lo que llamamos rasgos de la Espiritualidad Ignaciana.

En conclusión, lo que pide la educación de Ignacio de Loyola, es que no se viva con un estrés infundado, frente a una sociedad que vive en shock; y que siempre está dispuesta a arrastrar más adeptos a este colapso, es cuando se debe utilizar los conocimientos

---

[18] RAMAL Andrea Cecilia, "Carta San Ignacio de Loyola a un educador de hoy" Primera Edición, Editorial AEDIP, 2005, pág. 17

educativos acompañados de la grandeza del espíritu. Y que la educación Ignaciana siempre se encuentra dispuesta a enrumbar a este mundo que avanza a velocidades vertiginosas y no muchas de las veces en forma positiva.

Es cuando Ignacio de Loyola siempre preocupado y pensando en todo lo que se puede venir en un futuro no muy lejano trata de plasmar en sus compañeros educadores lo siguiente: querido compañero estoy convencido que el campo educacional es un espacio privilegiado para la concretización de aquello que me he propuesto en la vida, y por lo que me he tornado un compañero de Jesús, y deseo dirigirte unas palabras sobre tu papel en el espacio, y sobre la desafiante misión que tienes y para lo cual necesito convocarte.

Tal vez no sepas cuando fue qué funde la Compañía de Jesús, y concebí una amplia gama de apostolados sin contemplar inicialmente la educación, por eso es que los primeros trabajos pedagógicos fueron de manera informal, pero los cuales siempre se encontraban acompañados y respaldados por clases de catolicismo, gracias a esos y a otros apostolados llegaron a construir un apostolado educacional.

Es cuando comencé a constatar que no era suficiente formar buenos sacerdotes, era también necesario formar buenos ciudadanos, trabajadores competentes, personas capaces de liderar acciones de transformación. Pude ver que esos valores eran comunicados más fácilmente a los jóvenes que todavía no se encontraban tan contaminados por las influencias que la sociedad podía tener sobre ellos. La convicción es que este tipo de formación en un contexto humanístico tendría un impacto decisivo sobre el modo de ser de los estudiantes y

su visión frente al mundo. Fue así que fundamos colegios y entidades educativas las cuales contribuyan este tipo de formación. [19]

Muchas cosas fueron sucediendo desde entonces para que Dios hiciera de nosotros lo que somos hoy. Entrabamos cada vez en nuevos lugares, siempre con el fervor de la batalla comunicacional, sin dejar de lado que muchas de las veces en lugares donde catequizábamos también tenían algo que enseñarnos y que bridarnos. Todo el poder del conocimiento lo impartían maestros los cuales eran Sacerdotes Jesuitas, pero también deseo que personas como tú también ingresen a este mundo educativo del lado de la enseñanza.

Por tanto tienes un papel crucial en este momento. Es verdad que la educación, sola, no puede cambiar la realidad social, pero ninguna trasformación podrá ocurrir sin que ella esté implicada. Y por eso es el motivo de mi llamado para una gran trasformación. Prepárate; lo que te pido es un movimiento dantesco de ruptura y crisis que exigirá de ti no solo tus fuerzas, sino que abarca también tus creencias y tus principios; porque deberás interrogarte, al educar hoy, no sobre los contenidos que necesitas enseñar, pero si sobre el mundo que pretendes ayudar a construir con tu acción. Para eso, antes será necesario que definas qué maestro deseas ser y cuánto de ti estas dispuesto a dar en este inmenso proyecto. Todo lo que te he hablado referente al coraje es gracia, es don, y jamás te olvides de pedirlo

---

[19] RAMAL Andrea Cecilia, "Carta San Ignacio de Loyola a un educador de hoy" Primera Edición, Editorial AEDIP, 2005, pág. 18-19

diariamente a Dios. Lo dejo todo en tus manos y confió ciegamente en ti, para que lleves a cabo esta obra tan hermosa con la mayor de la seriedad y entrega con la cual la he llevado yo, te deseo la mejor de las suertes querido compañero.

Con esta carta dirigida a todos los educadores, es como se ve reflejada la inmensa obra y el maravilloso legado que deja Ignacio de Loyola a la educación católica Ignaciana. Con esto muestra que uno de los precursores mas grandes deja fundamentadas bases indestructibles, las cuales servirán para construir un futuro de grandeza educativa para jóvenes que desean mejorar y luego conquistar el mundo en el cual viven.

2.10 COLEGIO SAN LUIS GONZAGA

Con todo lo antes dicho, referente a la educación católica, y que los jesuitas han tenido el protagonismo de la educación en el Ecuador, y teniendo a un gran mentor, pionero e impulsador de la educación; hace necesario el análisis de un colegio emblemático, fundado y dirigido por este gran mentor. De ahí es donde radica la importancia de su implicación y notoriedad en el desarrollo de este marco teórico.

El Colegio San Luis Gonzaga con una trayectoria de cincuenta años al servicio de la educación católica en la ciudad de Quito, pertenece a una comunidad educativa Ignaciana, que desde los lineamientos de la red de colegios y unidades educativas de la Compañía de Jesús y de los valores evangélicos, colabora en la formación integral de hombres y mujeres para el servicio de los demás. En donde sus gestores iniciales han conformado una historia de entrega y servicio con una educación de calidad, para la formación de líderes positivos

con una espiritualidad que rebase cualquier tipo de egoísmo en el momento de compartir sus conocimientos. Por tanto este colegio Jesuita se encuentra regido por este tipo de valores, que vienen desde su patrono San Ignacio de Loyola, por eso es el motivo de una exploración de breve con los cambios que ha venido sufriendo con el pasar del tiempo.

2.10 .1 Reseña Histórica del Colegio San Luis Gonzaga

1956

Con motivo del cincuentenario del milagro de la Dolorosa, algunas personas plantearon la posibilidad de hacer un tributo a la Virgen abriendo un nuevo colegio dirigido a jóvenes de escasos recursos económicos. La nueva institución contaría con las centenarias aulas ubicadas en las céntricas calles de la ciudad de Quito, Benalcázar y Espejo.

1959

Se fundó el colegio San Luis Gonzaga bajo el rectorado del padre Gonzalo Romero, S.J. fue el colegio de práctica docente de la Facultad de Pedagogía de la Universidad Católica. Se mantuvo con un estudiantado selecto, conformado por jóvenes de escasos recursos económicos pero de notable actitud académica. Con el tiempo, de gratuito se pasa a cobrar mínimas pensiones, manteniendo ayuda a estudiantes talentosos pero de condiciones económicas modestas.

1991

El colegio mantiene como estructura de nivel medio tres ciclos, integrados así: el ciclo de Fundamentación constituido por primeros y segundos cursos; el ciclo propedéutico constituido por terceros y cuartos cursos; y el ciclo de especialización constituido por quintos y sextos cursos.

1999

Siendo tradicionalmente plantel masculino, pasa a ser mixto adaptándose así a las necesidades de la comunidad ecuatoriana.

2004

Se traslada a sus nuevas instalaciones en La Armenia (Valle de los Chillos), lugar propicio para desarrollar las aptitudes intelectuales y físicas de los jóvenes.

2009

Al cumplir cincuenta años de vida institucional, el San Luis Gonzaga ha entregado a la ciudadanía 44 promociones de bachilleres, hombres y mujeres que se han ido incorporando eficazmente a la sociedad y continuara con su labor de formar líderes para construir una

nueva sociedad, basada en los valores del Evangelio, donde todas la capacidades de la persona la vuelvan hacia el amor y servicio para los demás. [20]

Esto es el Colegio San Luis Gonzaga su trayectoria y como ha manejado hasta ahora su imagen frente a los otros colegios católicos de la ciudad de Quito, para lo cual utilizaremos todas la herramientas de investigación viables y necesarias como lo son las encuestas, entrevistas la observación, en fin todo lo necesario y que haga posible para poder alcanzar nuestro objetivo de investigación en cuanto lo que se refiere a la imagen.

2.11 LAS RELACIONES PÚBLICAS ENFOCADAS A LA PROMOCIÓN, DIFUSIÓN Y FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN DEL COLEGIO SECUNDARIO CATÓLICO SAN LUIS GONZAGA

El Colegio San Luis Gonzaga, una institución educativa católica de la ciudad de quito, debe ser ubicada en una dimensión comunicacional, en dónde se indique que esta organización no es un ente aislado, y que se desarrollo en diversos entornos y se encuentra inmersa en una sociedad que busca avances vanguardistas. Es precisamente esta convivencia la cual hace posible su participación la que, en cierta forma, le obliga a tener un contenido relacional. Es decir, se encuentra sujeta a rendir cuenta de lo que se encuentra haciendo, y el fin de porque lo hacen, frente a sus públicos vinculados tanto internos como

[20] Revista "Colegio San Luis Gonzaga", cincuenta años de presencia educativa, editorial Ideaz, pag 11

externos (padres de familia, alumnos docentes, colegios religiosos etc.). Una vez rendido este tipo de informe ante sus organismos reguladores, es cuando se determina que esta de institución educativa católica posee elementos diferenciadores de las otras instituciones católicas, laicas o evangélicas, los que hace que desempeñe un papel en la sociedad determinante, ya que forma a jóvenes útiles para la sociedad. Sustentando así el porqué se encuentra hace muchos años en el país. Teniendo en claro el motivo de su existencia, se la debe asesorar en las falencias encontradas en la potenciación, difusión y fortalecimiento de su imagen. Para que de esta manera pueda alcanzar esta institución educativa los niveles óptimos, que debe tener una organización en la actual sociedad, con referencia a su imagen.

Con una visión más profunda observaremos que esta institución educativa se encuentra comunicándose constantemente, y que no por el hecho de ser una institución educativa es la excepción, por eso es que cada vez que se comunican, es cuando están forjando su imagen. Es donde debemos tener mucho cuidado con la imagen que deseemos que se difunda. Las decisiones que tome el colegio, debe ser tomadas en función de su cliente interno, para que esto genere un efecto cascada, que se quiere decir con el efecto cascada que los comentarios sean favorables para la institución y que la representación mental que estén teniendo se vaya generando de adentro hacia fuera y esto aporte a la difusión optima que se desea alcanzar al momento de utilizar otras herramientas comunicacionales de apoyo a este proceso. Se tiene que tener muy en cuenta también que este tipo de institución tiene organismos reguladores, como es su congregación a las que pertenecen, por eso es que tiene que tomar en cuenta las necesidades de sus clientes en conjunto con las de sus organismo regulador, y tomar decisiones que beneficien a las dos partes y no se alejen de

sus valores, es decir unir tanto los valores impartidos durante toda la existencia del Colegio San Luis Gonzaga, cubriendo las necesidades de sus clientes, con este aporte la promoción, difusión y fortalecimiento de la imagen de estas institución educativa alcanzara el nivel deseado por cualquier organización del siglo XXI.

Con este primer aporte lo subsiguiente es el rescatar que las acepciones de la imagen, las que van a hacer señaladas, son las que tienen aplicación y relación a nuestro caso de estudio, por lo tanto a continuación se explicará y detallará todo lo antes dicho, y que su aplicación y entendimiento es de vital importancia para que se pueda generar una imagen favorable en mundo globalizado y de avance tecnológico, y su promoción y difusión sea la más adecuada.

El primer acercamiento, ha sido el protagonizado por una tradición icono-gráfica en la cual la imagen es una representación fiel de la realidad; que se desea aportar con esto, que el colegio San Luis Gonzaga ha generado para su imagen, lo que a simple vista se puede apreciar o lo que más a la mano se encuentran como: simplemente difundir que el colegio San Luis Gonzaga es un centro de estudios en dónde los métodos de enseñanza, los valores y la disciplina son lo único que cuenta, y han hecho de que en esos ámbitos, que también son importantes y de trascendencia sin lugar a duda, pero que también la institución existen más valores potenciales para difundir, promocionar y fortalecer a su imagen , por eso es que su difusión y promoción mucha de las veces podría encontrarse afectada, y ser muy frágil frente a cualquier tipo de crisis.

Otra aproximación de la imagen es cuando se entiende a la imagen como un objeto de comunicación, es decir, la imagen es conceptualizada por la mente de las personas de un conjunto de conocimientos, hábitos y comportamientos; esto hace que se permita entender a la imagen como una especie de representación mental, por tanto lo que se genera con el plan de Relaciones Públicas es crear nuevas estrategias y tácticas modernizadas; las cuales proyecten una imagen más favorable para el colegio San Luis Gonzaga frente a los nuevos retos y cambios que se enfrenten. Fortalecer la que ya se encuentran planteadas y difundirlas mejor, para que la conceptualización en la mente de los clientes actuales y futuros clientes sea la más adecuada y atrayente; y que en la representación mental que ellos poseen si es negativa la cambien por una positiva, es decir con la generación de este plan los impactos en su mente deben ser únicamente positivos y perduren.

Nuestra última acepción de la imagen es como una forma específica de conocimiento de los ámbitos de interacción social.

Con una imagen bien estructurada, potenciada y bien difundida, hará que sea completamente capaz de poder soportar cualquier tipo de crisis y estar al mismo nivel con su competencia directa (instituciones educativas jesuitas, católicas de otras congregaciones, laicas, militares, evangélicas), sin dejar de lado que esta imagen debe ser alimentada diariamente, sino el plan de Relaciones Públicas que se desea proponer para estas instituciones no será funcional ni práctico, es decir que cada vez que la imagen sea expuesta a públicos relacionados debe ser planteada de manera optima sin dar lugar a errores.

Para poder tener una visión más amplia de cómo se gestiona la imagen de las organizaciones, a continuación nos apoyaremos en la siguiente explicación, con el fin de que al momento de realizar la propuesta con nuestro respectivo plan de Relaciones Públicas, en el constructo o mejora de la imagen global del colegio San Luis Gonzaga sea la que más encaje sin dejar de lado ningún aspecto que la conforme y lleve al éxito a su imagen. A continuación se realizara la respectiva explicación.

Villafañe (Doctor en ciencias de la información, especializado en la gestión de recursos intangibles, especializado en comunicación empresarial en España y Latinoamérica.) [21] cuándo analiza y describe su modelo de "Gestión de la Imagen Corporativa", además de la identidad y la comunicación corporativa, integra otros dos elementos dándoles rango específico y desgajándolos de la identidad. Se trata de la cultura corporativa y de la identidad visual (otros muchos autores también se inclinan por su inclusión).

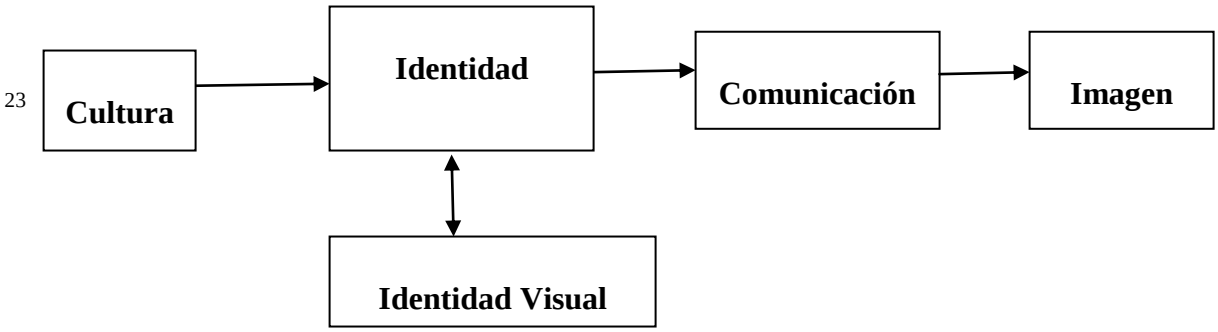
El primero, la cultura corporativa, es uno de los principales elementos impulsores y configuradores de la propia identidad, mientras que el segundo, la identidad visual, corresponde como hemos visto, a una parte específica (tradicional e históricamente muy importante) de la misma identidad. Es por ello que la tríade. [22]

---

[21] http://www.uji.es/bin/serveis/sauji/encuentro/pcong/jvilla-e.pdf

[22] VILLAFAÑE, J.: "Imagen positiva. Gestión estratégica de la imagen en las empresas". Pirámide, Madrid, 1993. pág. 24

Aún siendo un modelo general plenamente aceptado, podría convertirse, con este planteamiento en:



[23]

Con el exclusivo objeto de hallar todos los elementos que coadyuvan a configurar la identidad global, podemos referirnos de nuevo al esquema presentado. [24]

---

[23] VILLAFAÑE, J.: "Imagen positiva. Gestión estratégica de la imagen en las empresas". Pirámide, Madrid, 1993. pág. 24

[24] VILLAFAÑE, J.: "Imagen positiva. Gestión estratégica de la imagen en las empresas". Pirámide, Madrid, 1993. pág. 12

Van Riel dice, de forma gráfica, que la identidad es un autorretrato de la organización y que la imagen es la interpretación del retrato. Para finalizar con el análisis de este aporte, el cual nos indica que efectivamente la identidad es un autorretrato de la organización pero que la imagen es la interpretación del retrato por parte de los públicos. O, como afirma Bernstein (Profesor de sociología de Universidad de Londres con mención en comunicación organizacional) [25]de forma tajante, si la imagen corporativa es mala, por la causa que fuere, la responsabilidad es de la organización (bien porque la realidad no es buena, bien porque las comunicaciones han sido mal gestionadas).

Por todo ello, una visión holística de la comunicación corporativa nos puede permitir comprender su papel, su espacio y su importancia más vital que decisiva en la sociedad actual. [26]

---

25 http://www.ibe.unesco.org/fileadmin/user_upload/archive/publications/ThinkersPdf/bernsteins.pdf

[26] Sanz de La tajada, Luís (1990) Integración de la Identidad y la Imagen de la empresa: desarrollo conceptual y aplicación práctica. ESIC editorial, España. Pág. 72

CAPÍTULO III

3.1 METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

La metodología de estudio que se utiliza está encaminada a apoyar la consecución de los objetivos planteados; para ello, es necesario realizar una revisión de los principales recursos y métodos de investigación que sugieren los entendidos en la materia; como por ejemplo Roberto Hernández Sampieri[27]. Es prioritario para iniciar un proceso de investigación enfocarnos de manera sistemática, lógica y secuencial, y poder realizar una serie de pasos que van desde lo más simple hasta lo más complejo. En este caso, veremos que, de acuerdo a la metodología de investigación sugerida, nuestro problema será analizado desde la observación, la descripción, la exploración, la explicación y por último la predicción. Precisamente es cuando en la observación y la descripción se descubre que es necesario el uso de uno de los instrumentos de investigación, de manera que nos sirva como apoyo en nuestro proceso de investigación; donde se descubre que la encuesta, será la que nos lleve a obtener respuestas a la interrogantes planteadas, con el ánimo de encontrar las falencias de la imagen del Colegio San Luis Gonzaga luego; otorgándoles una propuesta como solución.

---

[27] Roberto Hernández Sampieri "Metodología de la investigación" Cuarta Edición, Editorial Mc Graw Hill, México 2006.

3.2 TIPOS DE ESTUDIO

3.2.1 Observacional:

A través de este estudio se pudo detallar a profundidad de manera visual, cuales son las falencias, que están afectando a la imagen Institucional del Colegio San Luis Gonzaga, ya que fue muy necesario tener un acercamiento visual con esta Institución para poder percatarnos de que es lo que en realidad se tiene que saber al momento de querer prestar nuestra ayuda con este trabajo de investigación, en el ámbito de promoción, difusión y fortalecimiento de la imagen. Con la observación se alcanzó un alto grado de entendimiento del por qué se encuentra la imagen institucional del Colegio San Luis Gonzaga, en la posición donde se encuentra. La observación también trasladó a que su imagen institucional sea difundida y promocionada, dentro de los parámetros, políticas y tradición que lleva el colegio desde sus inicios, es decir se podrá generar una propuesta de difusión, potenciación y fortalecimiento; sin ir en contra de la esencia de esta institución educativa.

3.2.2 Descriptivo:

A través de este estudio se detalló a profundidad las percepciones de los públicos investigados, con respecto a la imagen institucional que tiene el Colegio San Luis Gonzaga, y el grado de conocimiento que tienen respecto a la difusión, potenciación y fortalecimiento de la imagen, ya que este método nos indicó como es que se encuentra la realidad del problema de investigación que se ha tratado.

3.2.3 Exploratorio:

A través de este estudio se logró explorar a profundidad como es que la imagen sufrió tal desgaste durante los años y que parte se han descuidado, sin llevar el fortalecimiento adecuado, el cual los mantenga a flote y prevenidos frente a cualquier contingencia que se les pueda presentar. Es aquí donde se pudo analizar que sus públicos no gozan de unas herramientas de comunicación apropiadas y que las que poseen no son las más óptimas, y que en los últimos años los eventos que realizan pueden dar realce a la imagen institucional de sus colegios, pero por falta de promoción no han trascendido, y esos eventos alimentan a la imagen de estas instituciones.

3.2.4 Explicativo:

A través de este estudio se pudo detallar las falencias encontradas en las herramientas de comunicación tanto internas como externas, ya que no son nada dinámicas, amigables; no llama la atención a los que visitan su página web. Sus herramientas de comunicación tangibles no provocan su lectura refiriéndonos a ser su revista interna, sus carteleras no son nada dinámicas, y el lugar donde toman su descanso los estudiantes, es decir la cafetería del colegio no está adecuada como para poder tomar el descanso que el estudiante busca en el momento de hacer uso de ella. Sus eventos no han sido manejados con la suficiente promoción e importancia que se debería dar a este tipo de eventos. Y aún si fuesen los eventos no tan trascendentales, deben conllevar un contexto de importancia, ya que por más mínimo que sea el evento que se realice, alimenta la imagen de estas instituciones.

3.2.5 Predictivo:

Con el análisis anterior, se pudo establecer que lo más viable para difundir, promocionar y fortalecer la imagen institucional del Colegio San Luis Gonzaga, es un Plan de Relaciones Públicas; ya que con su aplicación hará posible, que se pueda lograr, establecer y dar a conocer una imagen favorable y de vanguardia frente al resto de instituciones educativas, por llamarlo así frente a su competencia, con este plan la imagen podrá alcanzar los niveles que necesita. Qué con el pasar del tiempo la ha ido perdiendo, el Plan de Relaciones Públicas que se planteara a continuación, cubrirá todo lo que se ha observado, descrito y explorado en este proceso de investigación.

3.3 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

3.3.1 Inductivo:

Este método tomará en cuenta todo el fenómeno de investigación a su máxima expresión, para que sea detallado, induzca a que con parámetros, conceptos y lineamientos nos permita estar vinculados en el problema de investigación. De esta manera hará posible que podamos entender a fenómenos externos que influyen en la imagen del Colegio San Luis Gonzaga. Logrando así percibir en forma macro como se encuentra el entorno dónde se desenvuelve esta institución, de qué manera ha sido afectada en el desarrollo de su imagen, y como la ido opacando con el pasar del tiempo.

3.3.2 Deductivo:

Con el análisis del entorno es cuándo podremos empezar a formar conceptos qué nos lleven a construir una idea más clara de lo que buscamos plasmar en nuestra propuesta. La misma que se encuentra estructurada con parámetros más dinámicos, amigables y de fácil acceso al momento de ponerla práctica. Con base en el campo que se desarrolla el Colegio San Luis Gonzaga; incurriremos de lo general a lo particular, que tratamos al decir eso, qué con la propuesta integra se procederá a brindar solución al problema de investigación, obteniendo resultados favorables en conjunto con los objetivos de este estudio planteados al inicio.

3.4 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

3.4.1 Cuantitativa:

Se recogerán y analizarán datos cuantitativos sobre variables referentes a la imagen del Colegio San Luis Gonzaga, debido a que la información recolectada contará con mayor credibilidad y confiabilidad en los resultados obtenidos en nuestra investigación. Ya que estos resultados son interpretados de forma numérica y los convierte en datos exactos, los cuáles fueron realizados a personas que están involucradas en la problemática de manera directa. Lo que hace importante el saber lo que opinan de esta institución educativa, por el hecho de que son los directos afectados con cualquier tipo de cambio ya sea de manera positiva o negativa.

3.5 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Teniendo claro de que nuestra investigación será de carácter cuantitativa, una de las herramientas de investigación más efectiva es la encuesta, ya que ella a mas de ofrecernos datos numéricos unificados, también nos indica y resalta la parte de las falencias e inconformidades de las personas a las qué se les realizó, y a mas de esto nos permitirá unificar criterios planteados en cada pregunta, por eso el hecho de su presencia y uso en esta investigación. Más adelante se podrá apreciar el uso que se le dio a esta técnica.

También resaltemos qué para poder completar el apoyo de nuestra investigación, se realizo una entrevista a la rectora del colegio con el afán de poseer un contacto más cercano y personalizado con la máxima autoridad del colegio y de esa manera contribuya al refuerzo de nuestra propuesta.

3.5.1 Encuesta:

Esta técnica utiliza como instrumento un cuestionario, conformado por preguntas dicotómicas, cerradas de selección múltiple y una pregunta abierta, de esta manera podremos obtener la información relevante de nuestros encuestados.

3.6 TIPO DE MUESTREO

3.6.1 Probabilístico: en este muestreo se determinan dos pasos básicos que consisten en el primero la determinación del tamaño de la muestra, y el segundo la selección aleatoria de los elementos muestréales. Cabe recalcar que las personas seleccionadas para el estudio,

serán las más viables y determinantes para obtener información clave, precisa y de utilidad en nuestra investigación.

3.6.2. FÓRMULA PARA LA MUESTRA PADRES DE FAMILIA

$$n = \frac{\text{n}'}{1 + (\frac{n}{N})}$$

$$n = \frac{400}{1 + \frac{400}{500}}$$

$$n = 222$$

3.6.3 FÓRMULA PARA LA MUESTRA DE DOCENTES Y PERSONAL ADMINISTRATIVO

$$n = \frac{\text{n}'}{1 + (\frac{n}{N})}$$

$$n = \frac{266.66}{1 + (\frac{266.66}{93})}$$

$$n = 70$$

3.6.4 FÓRMULA PARA LA MUESTRA DE ESTUDIANTES DEL COLEGIO

$$n = \frac{n'}{1 + (\frac{n}{N})}$$

$$n = \frac{800}{1 + (\frac{800}{704})}$$

$$n = 375$$ [28]

3.6.5 ENTREVISTA A LA RECTORA DEL COLEGIO SAN LUIS GONZAGA

La presente entrevista se la realizo con el propósito de obtener información general relacionada a la promoción difusión y fortalecimiento de la imagen del Colegio San Luis Gonzaga. En esta entrevista esta direccionada a un trabajo de investigación académica. Para la cual todo lo recolectado en este dialogo con la Señora Rectora, será de gran utilidad para poder formular una propuesta y dar solución a la problemática planteada.

Por favor conteste las siguientes preguntas.

---

[28] Roberto Hernández Sampieri "Metodología de la investigación" Cuarta Edición, Editorial Mc Graw Hill, México, 2006 pág. 245

1.- ¿Qué medios de comunicación son los que más utiliza para difundir información y promocionar las actividades de su institución?

En realidad el colegio no utiliza ningún tipo de medio de comunicación para promocionarse, porque la Congregación Jesuita y el mismo colegio no le hacen falta, no la necesita. Tal es el caso de que sin promocionarnos año a año las inscripciones para el ingreso del colegio superan las expectativas, por darle un ejemplo se inscriben alrededor de 400 postulantes, y solamente ingresan 150 estudiantes promedio. Por eso es el motivo de que no se utiliza ningún medio de comunicación para promocionarnos. A más de esto la Congregación Jesuita no nos lo permite y no asigna un presupuesto para este proyecto que usted me nombra.

2.- ¿Cuáles son los instrumentos o mecanismos que la institución más utiliza para difundir la información de manera permanente como: cartelera, revista interna, intranet mail etc.?

Bueno el colegio utiliza todas las herramientas de comunicación internas que tiene a su alcance para que los estudiantes y docentes se encuentren siempre comunicados y sepan lo que hacemos para su bienestar, y se enteren que el colegio se encuentra siempre pensando en bienestar, con el afán de que ellos se sientan orgullosos de pertenecer a una institución con tanto prestigio; que lo ha conseguido a través de los años.

3.- ¿Cree usted que sus herramientas de comunicación pueden ser modificadas, modernizadas y dinamizadas, para una mejor difusión de la imagen y acceso más eficaz a

la información, por parte de docentes, estudiantes y público en general interesado en la institución?

La verdad no soy una experta en el tema de la modernización de estas herramientas de comunicación, pero la propuesta de hacerlo la considero bastante atractiva, y el colegio siempre se encuentra abierto al cambio siempre y cuando este sea positivo y nos ayude a crecer.

4.- ¿Cuáles considera usted que han sido los factores que le han otorgado el prestigio que posee el colegio. Voy a nombrar algunos ítems para que los señale o amplíe como: la imagen a través de los años, calidad educativa, logros deportivos, educativos, culturales?

En realidad todas las variables que ha nombrado anteriormente; el colegio si ha participado aunque la mayoría de veces, para ser más directa las últimas solamente las hemos venido realizando de manera interna, es por eso que también el colegio es que se ha encerrado en un espacio un poco limitado y muchas de las veces por falta de gestión.

5.- ¿Se encontraría interesada en realizar evento en donde sobresalga el colegio y difunda lo que es a todos sus públicos vinculados como: colegios amigos, estudiantes, docentes y padres de familia?

Por su puesto si alguien se encargaría de esas eventualidades, estaría dispuesta a esta propuesta, y tendría carta abierta por parte del consejo educativo del colegio para que pusiese en marcha lo que desea realizar, siempre y cuando estén dentro de los parámetros de calidad orden y disciplina que mantiene el colegio, porque el presupuesto lo hay.

6.- ¿Se encontraría interesada en implementar un área especializada que se encargue de realizar la promoción difusión y fortalecimiento de la imagen de su institución. Dónde se encuentre conformada por un Relacionista Público, un Publicista y un Diseñador creativo?

Me parece muy interesante la propuesta, seria de generar unos procesos, habilitar un espacio físico pero tendrían todo mi apoyo, porque este tipo de campañas o generación de eventos se lo ha realizado de manera muy esporádica dentro de la institución, y no hemos tenido esta área de planta. Sería muy interesante apoyarnos de estas técnicas que nos ayuden a cuidar nuestra imagen, porque uno nunca sabe cuando pueden llegar algún tipo de inconveniente y tienen que encontrarnos con nuestra imagen fortalecida.

3.7 INVESTIGACIÓN A DOCENTES, PERSONAL ADMINISTRATIVO, ALUMNOS Y PADRES DE FAMILIA DEL COLEGIO SAN LUIS GONZAGA

La presente encuesta ha sido realizada con el fin de poder recolectar la mayor cantidad de información a todo el personal que conforma el Colegio San Luis Gonzaga y se encuentran tomados en cuenta en nuestra muestra, ya que estas personas son las que pueden otorgar un aporte claro y objetivo de la imagen y prestigio de esta institución, por tanto es que se ha creado una encuesta determinada para cada uno de estos públicos, con el fin de saber qué tipo de percepción tienen de la imagen del colegio, y dónde falla al momento de difundirla.

Ya que estas personas antes nombradas son las que poseen el grado más alto de conocimiento de esta institución educativa.

Todas las preguntas han sido formuladas con el afán de captar la mayor cantidad de información que se necesita saber para nuestra propuesta, un Plan de Relaciones Públicas, qué permita mejorar y dar soporte a los mecanismos de difusión, promoción y fortalecimiento de la imagen, para que esta quede bien consolidada y no tenga ningún tipo de contingencias las cuales no pueda afrontar en un futuro.

Por eso es que delimito el tamaño de la muestra realizando el respectivo cálculo a través de la formula correspondiente, a mas de esto, todo nuestro público ha sido seleccionado de manera probabilística, la cual indica que todos tienen la posibilidad de ser elegidos y nos arrojarán resultados confiables, sea cual sea el que se escoja, con todo lo explicado anteriormente y con la parte gráfica que se observará a continuación, comprenderemos mucho más como es que nosotros interpretamos todos los criterios de nuestros encuestados.

ENCUESTA

DOCENTES Y ADMINISTRATIVOS

La presente encuesta busca obtener información general relacionada con interés de la opinión pública, para realizar un trabajo de investigación académica. Por favor conteste las siguientes preguntas.

1.- ¿Cuál es el cargo que desempeña usted dentro de la institución, por favor ponga una "X" en el casillero que corresponda?

CARGO	
DOCENTE	
ADMINISTRATIVO	

2.- ¿Cuánto tiempo de trabajo tiene en la institución, por favor: ponga una "X" en el casillero correspondiente?

TIEMPO	1	2	3	4	5	MAS DE 5 AÑOS
SEMANAS						
MESES						
AÑOS						

3.- ¿Cuáles son los instrumentos o mecanismos que la institución más utiliza para hacerle llegar información de manera permanente, señale el orden de importancia, tomando en cuenta que 1 es el de menor importancia y 8 el de mayor importancia?

INSTRUMENTOS Y MECANISMOS DE DIFUSIÓN	
CARTELERA	
REVISTA INTERNA	
INTRANET E INTERNET	
MAIL	
REUNIONES EN GENERAL	
CASAS ABIERTAS	
FERIAS ESTUDIANTILES	
OTROS (especifique)	

4.- ¿Con que frecuencia usted revisa y utiliza los instrumentos de comunicación que posee la institución, para difundir cualquier tipo de información, contactarse con miembros que son parte de la institución o utilizar cualquier tipo de funcionalidad que ellas le brinden, por favor ponga una “X” en el casillero correspondiente?

TIEMPO	
Tres veces por día	
Dos veces por día	
Una vez por día	
Una vez por semana	
Dos veces por semana	
Una vez por mes	
De manera esporádica	

5.- ¿De los siguientes enunciados, cuál considera usted son los que otorgan prestigio a su institución, tomando en cuenta que 1 es el de menor importancia y 8 el de mayor importancia?

ÍTEMS	
Los reconocimientos públicos	
La imagen a través de los años	
La calidad educativa	
Logros deportivos	

Logros en arte y cultura	
Convenios internacionales	
La infraestructura y tecnología	
Otros (especifique)	

6.- ¿Con que frecuencia considera usted que se debe realizar algún tipo de campaña promocional, publicitaria o de Relaciones Públicas, para difundir la imagen de la institución, por favor ponga una "X" en el casillero correspondiente?

TIEMPO	
Una vez por mes	
Cada tres meses	
Cada seis meses	
Cada nueve meses	
Cada año	
De manera esporádica	

7.- ¿Qué sabe usted, acerca de lo que son las Relaciones Públicas, como una estrategia de apoyo y soporte a la gestión de fortalecimiento, promoción, potenciación y difusión de la imagen de su institución, elija el enunciado que mejor coincida con su opinión, poniendo una "X" en el casillero correspondiente?

DEFINICIONES	
Las Relaciones Públicas consisten en mejorar los canales de comunicación, sin importar cualquier tipo de opinión o interés común, de manera empírica.	
La práctica de las Relaciones Públicas consiste en el arte y la ciencia social de analizar tendencias, predecir sus consecuencias, asesorar a los líderes de las organizaciones y aplicar estrategias, tácticas y programas planificados de acción que sirven tanto a la organización como a sus públicos.	
Las Relaciones Públicas consisten en un esfuerzo deliberado y planificado, para que las empresas puedan comunicarse solamente con su personal.	

8.- ¿En algún momento la institución o equipo de trabajo han utilizado alguna forma, estrategia de comunicación o Relaciones Públicas, con el fin de fortalecer, promocionar, potenciar y difundir la imagen de su institución, por favor ponga una "X" en el casillero correspondiente?

NIVELES	
Frecuentemente	
Casi siempre	

Pocas veces	
Rara vez	
Casi nunca	

9.- ¿Según su criterio, de los siguientes enunciados: en cuales de los eventos señalados, la institución y sus estudiantes participan con mayor frecuencia y se han podido destacar, califíquelos, tomando en cuenta que 1 es el de menor importancia y 5 el de mayor importancia?

EVENTOS	
Eventos deportivos: campeonatos, olimpiadas.	
Eventos educativos: convenciones, exposiciones.	
Eventos culturales: seminarios, exposiciones, visita a obras.	
Eventos sociales: ferias, representaciones, emprendimientos etc.	
OTROS (especifique)	

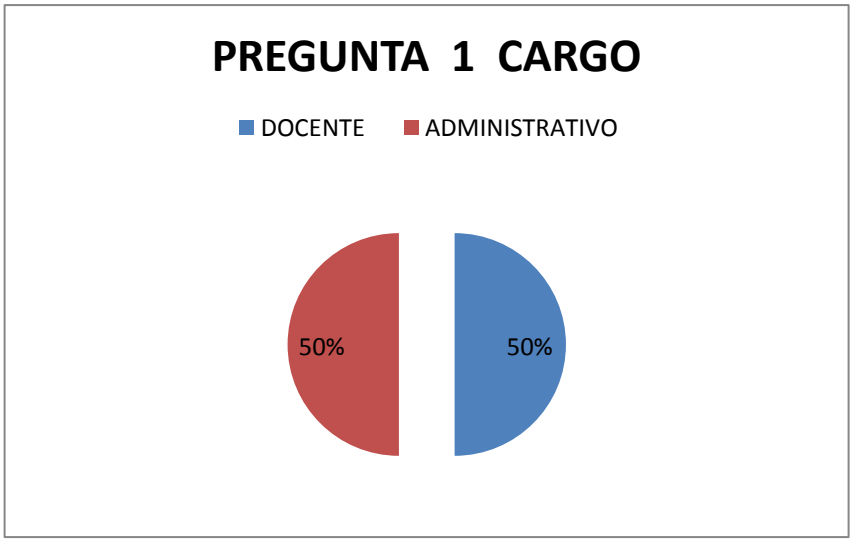
Muchas gracias por su colaboración

TABULACIÓN ENCUESTA

DOCENTES Y ADMINISTRATIVOS

1.- ¿Cuál es el cargo que desempeña usted dentro de la institución, por favor ponga una "X" en el casillero que corresponda?

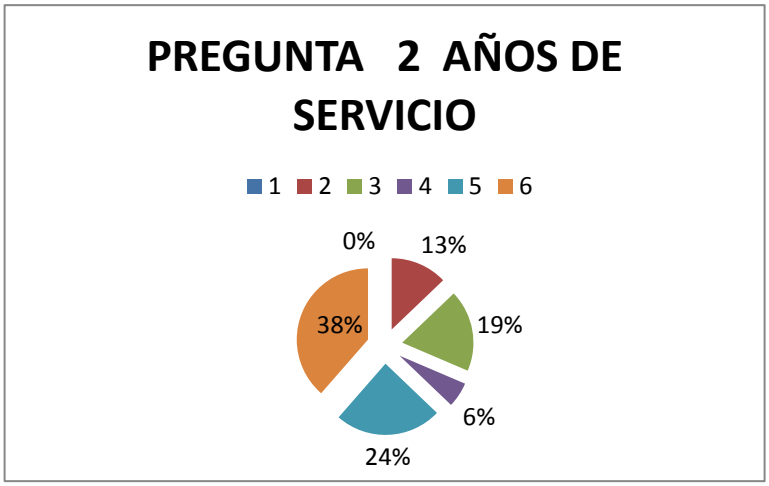
CARGO	
DOCENTE	***35***
ADMINISTRATIVO	***35***



Los resultados de esta investigación indican que existe un número equitativo de personal tanto administrativo como operativo ya que existen 50% docentes y 50% personal administrativo.

2.- ¿Cuánto tiempo de trabajo tiene en la institución, por favor: ponga una “X” en el casillero correspondiente?

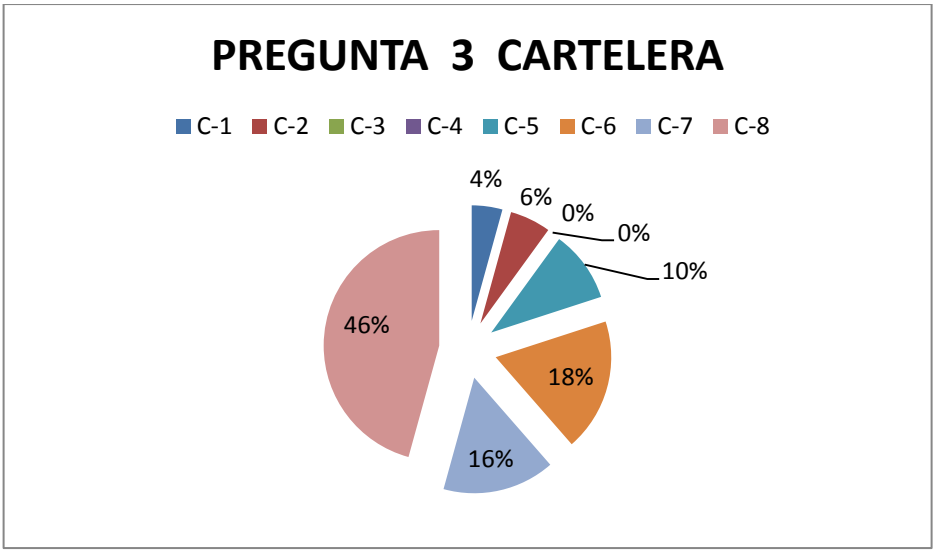
TIEMPO	1	2	3	4	5	MAS DE 5 AÑOS
SEMANAS						
MESES						
AÑOS		***9***	***13***	***4***	***17***	***27***



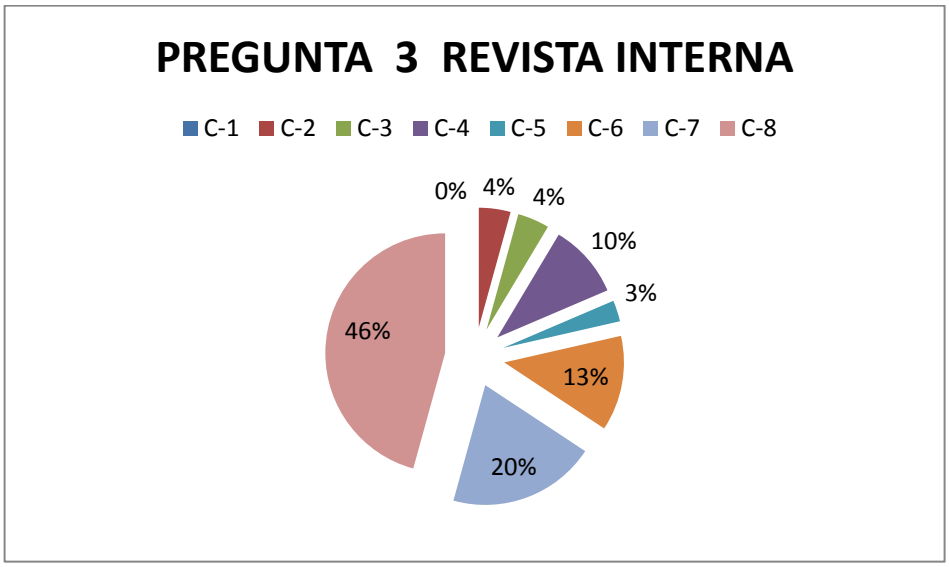
En cuanto al tiempo de servicio a la institución se ha determinado que el porcentaje más alto se lo atribuye a las personas de mayor a cinco años de prestación de servicios, y el porcentaje más bajo, a las personas que llevan dos años en la institución.

3.- ¿Cuáles son los instrumentos o mecanismos que la institución más utiliza para hacerle llegar información de manera permanente, señale el orden de importancia, tomando en cuenta que 1 es el de menor importancia y 8 el de mayor importancia?

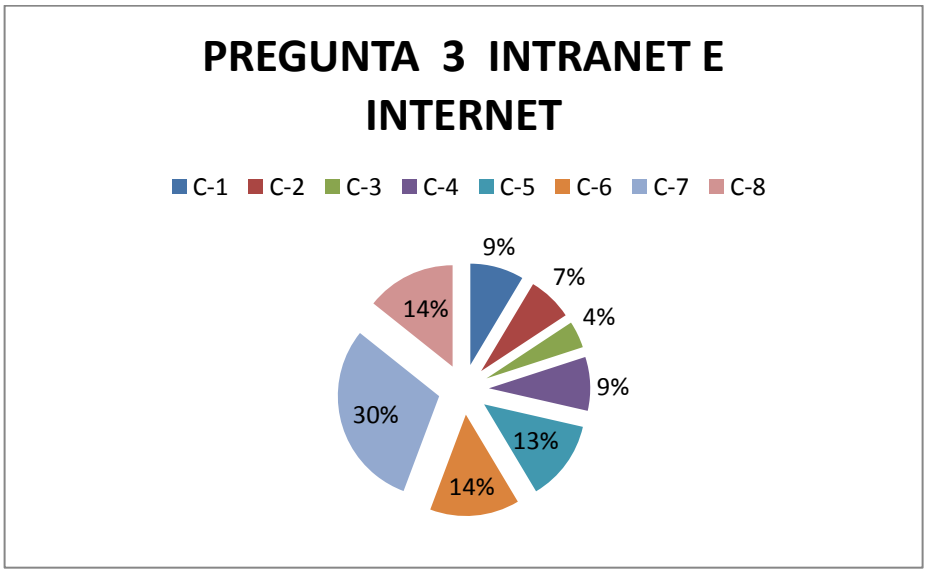
INSTRUMENTOS	C-1	C-2	C-3	C-4	C-5	C-6	C-7	C-8	TOTAL
CARTELERA	3	4	0	0	7	13	11	32	70
REVISTA INTERNA	0	3	3	7	2	9	14	32	70
INTRANET E INTERNET	6	5	3	6	9	10	21	10	70
MAIL	3	4	5	3	16	17	9	13	70
REUNIONES EN GENERAL	7	16	7	5	7	12	11	5	70
CASAS ABIERTAS	1	3	2	7	10	15	21	11	70
FERIAS ESTUDIANTILES	3	6	2	4	8	9	21	17	70
OTROS	0	0	0	0	0	0	0	0	0



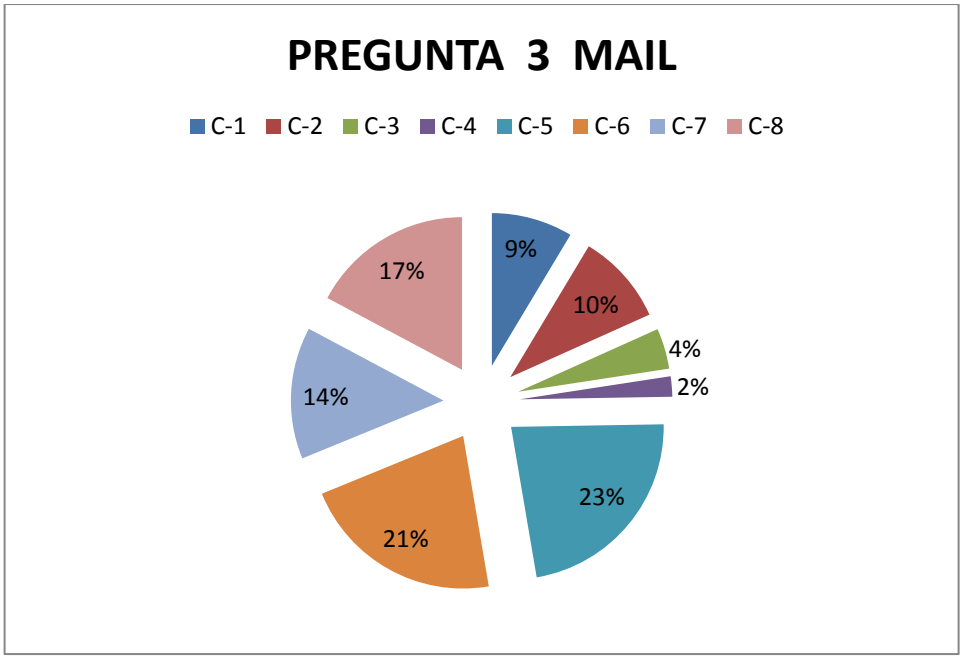
En cuanto a la identificación de los medios de información utilizados por la institución el 46% le otorgo una calificación de 8 y el más bajo un 4% con una calificación de 1, esto significa que la cartelera es uno de los medios más utilizados para la comunicación.



En la pregunta número tres, revista interna nos indica que el 46% le otorgo una calificación de 8 y el más bajo un 4% con una calificación de 1.

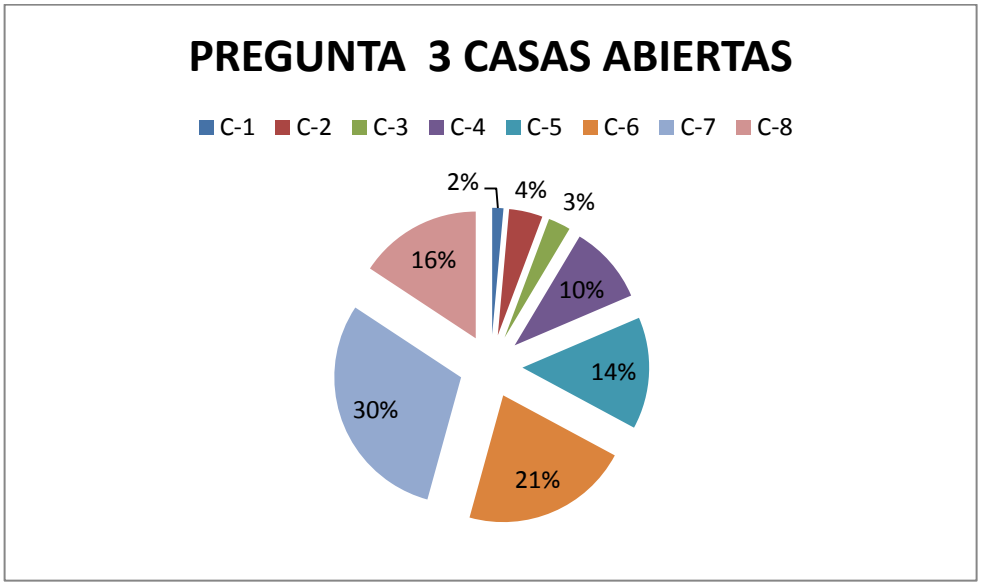


El uso de la revista por parte de la institución es identificado por el 30% de los encuestados que le otorgo una calificación de 7 y el más bajo un 4% con una calificación de 2 y 3.

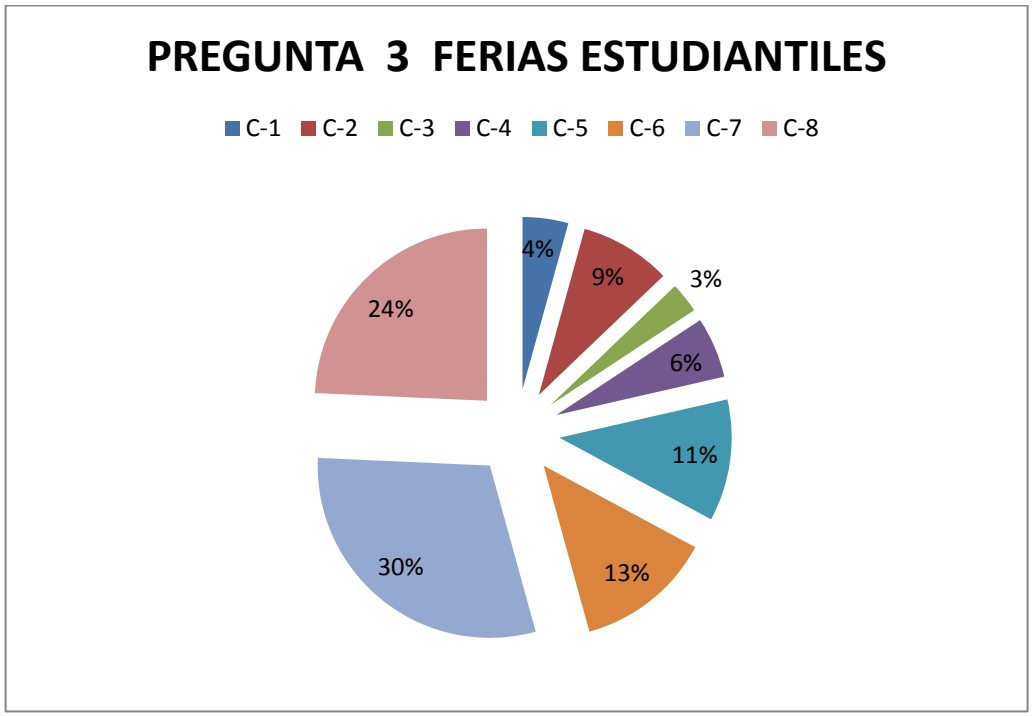


En la pregunta número tres, mail nos indica que el 23% le otorgó una calificación de 6 y el más bajo un 2% con una calificación de 1.

En la pregunta número tres, reuniones en general nos indica que el 23% le otorgó una calificación de 2 y el más bajo un 2% con una calificación de 8.



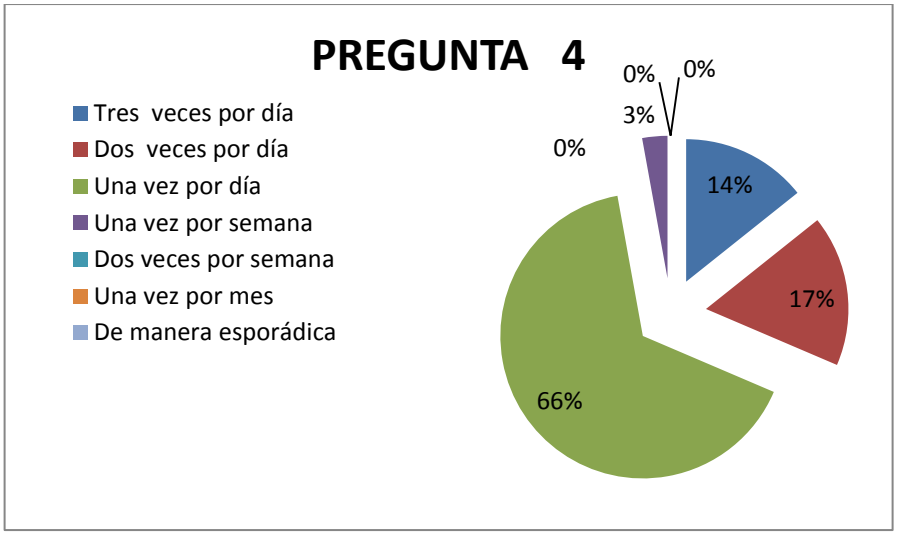
En la pregunta número tres, reuniones en general nos indica que el 30% le otorgó una calificación de 7 y el más bajo un 2% con una calificación de 1.



En la pregunta número tres, reuniones en general nos indica que el 30% le otorgó una calificación de 6 y el más bajo un 2% con una calificación de 1.

4.- ¿Con que frecuencia usted revisa y utiliza los instrumentos de comunicación que posee la institución, para difundir cualquier tipo de información, contactarse con miembros que son parte de la institución o utilizar cualquier tipo de funcionalidad que ellas le brinden, por favor ponga una "X" en el casillero correspondiente?

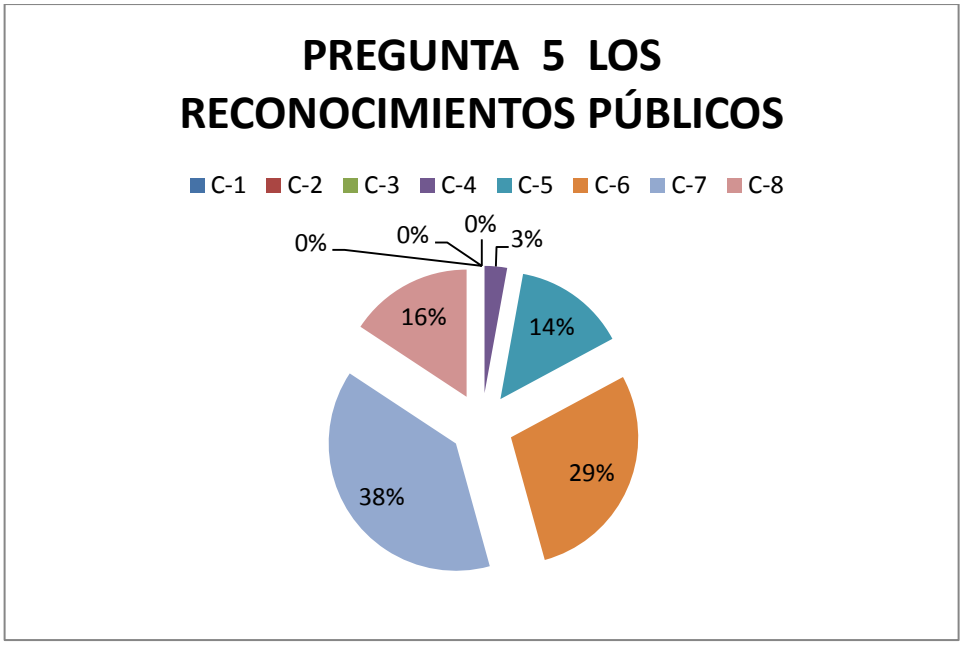
TIEMPO	
Tres veces por día	10
Dos veces por día	12
Una vez por día	46
Una vez por semana	2
Dos veces por semana	0
Una vez por mes	0
De manera esporádica	0
TOTAL	70



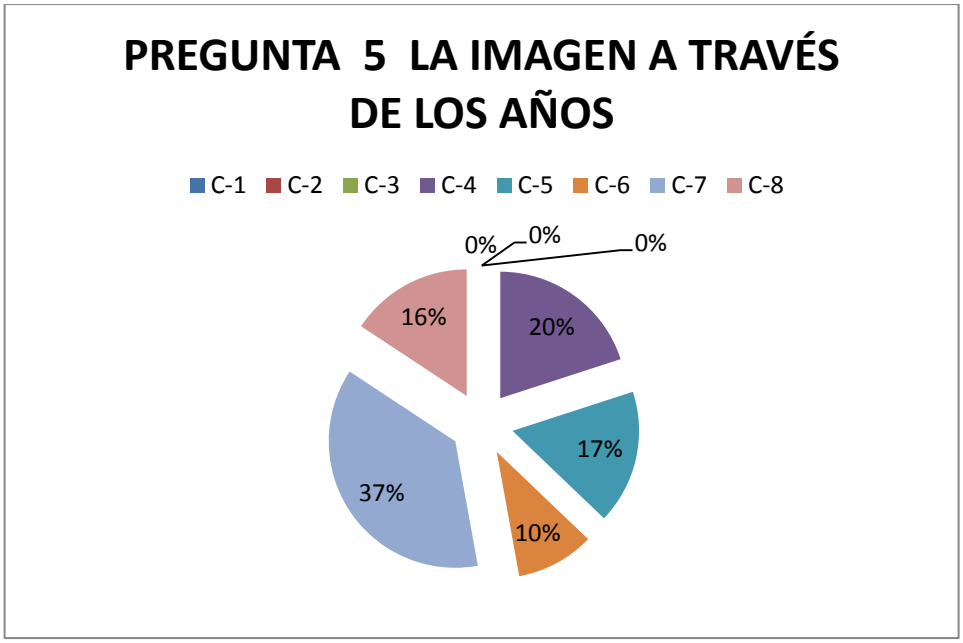
El 66% afirman que visitan una vez acceden la página web institucional una vez por día en contraste con estos datos el 3% indican que la visitan una vez por semana.

5.- ¿De los siguientes enunciados, cuál considera usted son los que otorgan prestigio a su institución, tomando en cuenta que 1 es el de menor importancia y 8 el de mayor importancia?

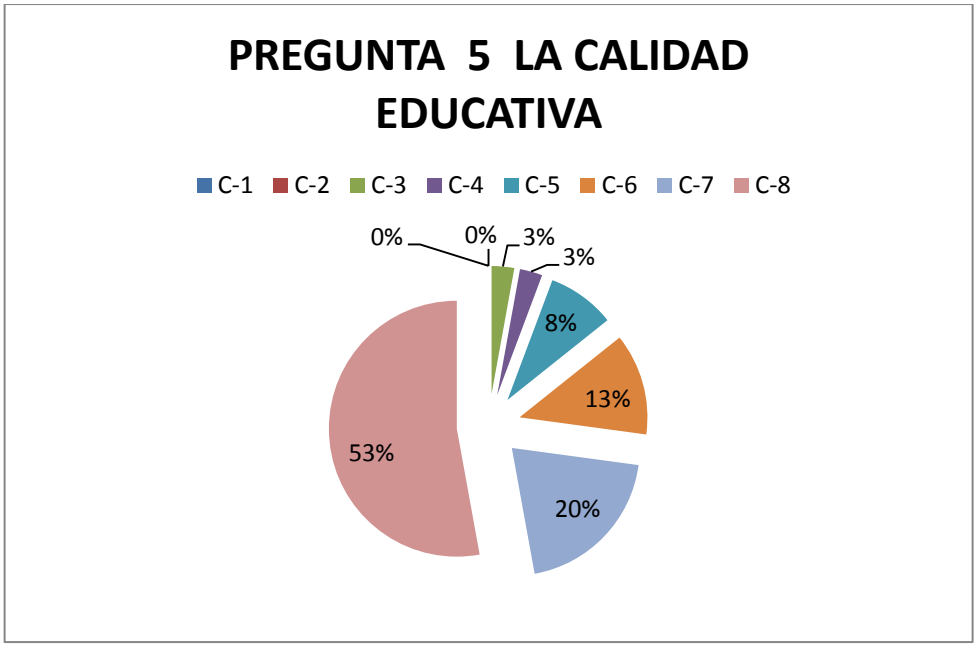
ITEMS	C-1	C-2	C-3	C-4	C-5	C-6	C-7	C-8	TOTAL
Los reconocimientos públicos	0	0	0	2	10	20	27	11	70
La imagen a través de los años	0	0	0	14	12	7	26	11	70
La calidad educativa	0	0	2	2	6	9	14	37	70
Logros deportivos	0	0	7	5	15	12	11	20	70
Logros en arte y cultura	1	1	2	7	13	9	18	19	70
Convenios internacionales	0	0	33	12	16	6	3	0	70
La infraestructura y tecnología	0	0	1	3	7	14	17	28	70
Otros	0	0	0	0	0	0	0	0	0



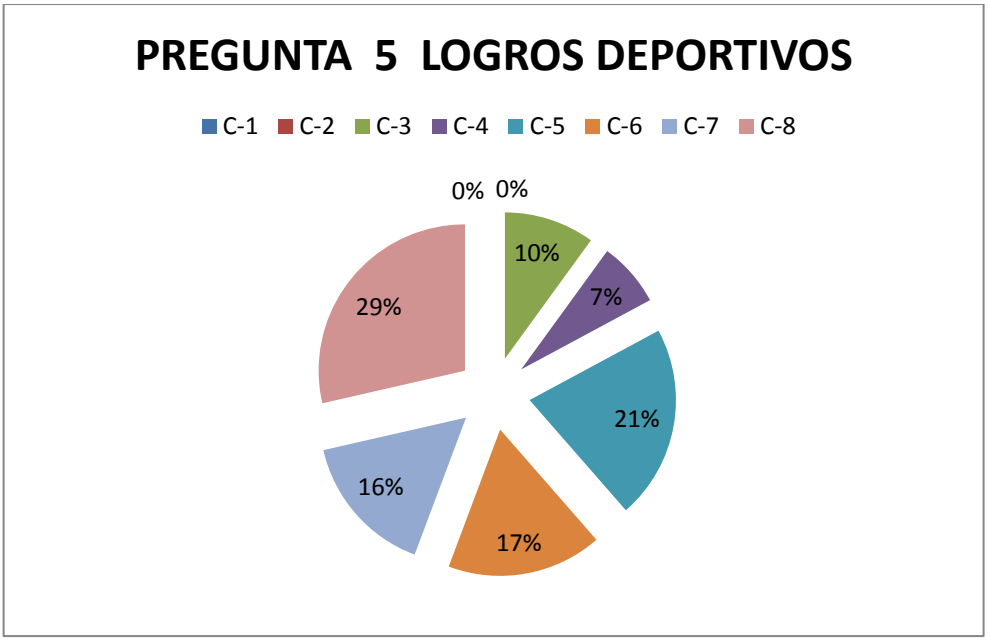
En la quinta pregunta en el primer ítem le otorgó una calificación de 7 al 38% y una calificación de 2 al 3%.



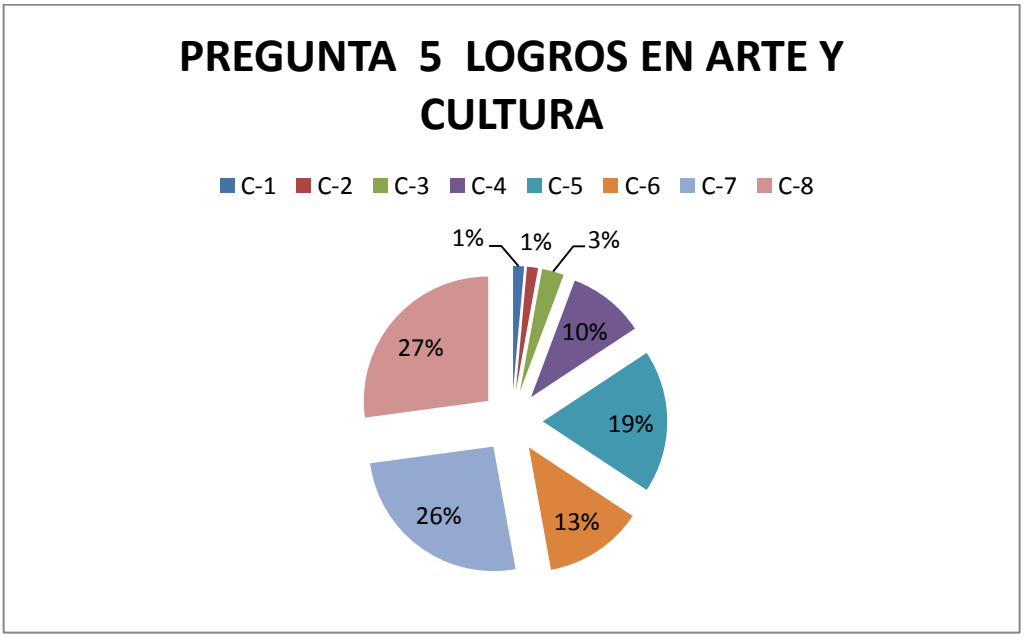
En la quinta pregunta en el segundo ítem le otorgó una calificación de 7 al 37% y una calificación de 8 al 10%.



En la quinta pregunta en el tercer ítem le otorgó una calificación de 8 al 53% y una calificación de 2 al 3%.

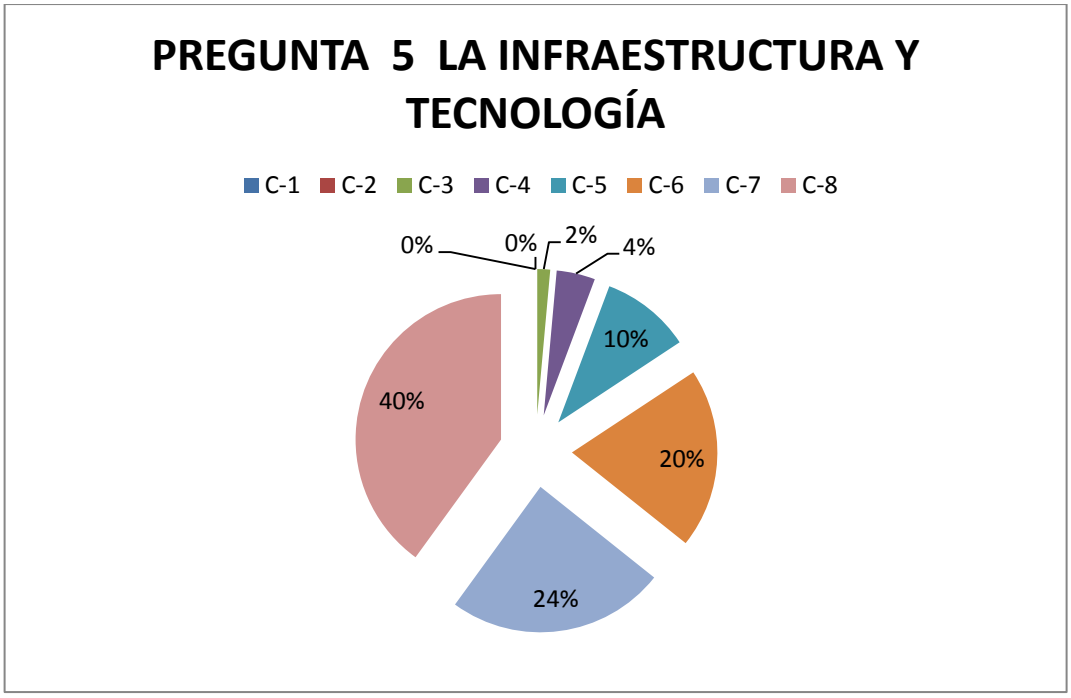


En la quinta pregunta en el cuarto ítem le otorgó una calificación de 8 al 29% y una calificación de 4 al 7%.



En la quinta pregunta en el quinto ítem le otorgó una calificación de 8 al 27% y una calificación de 1 al 1%.

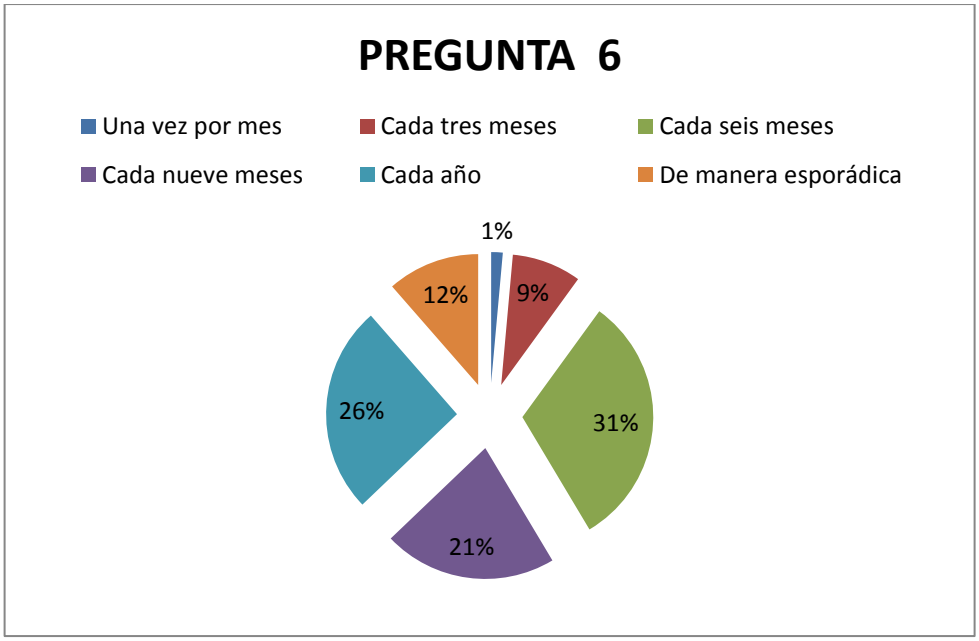
En la quinta pregunta en el sexto ítem le otorgó una calificación de 3 al 47% y una calificación de 7 al 4%.



En la quinta pregunta en el séptimo ítem le otorgó una calificación de 8 al 40% y una calificación de 3 al 2%.

6.- ¿Con que frecuencia considera usted que se debe realizar algún tipo de campaña promocional, publicitaria o de Relaciones Públicas, para difundir la imagen de la institución, por favor ponga una “X” en el casillero correspondiente?

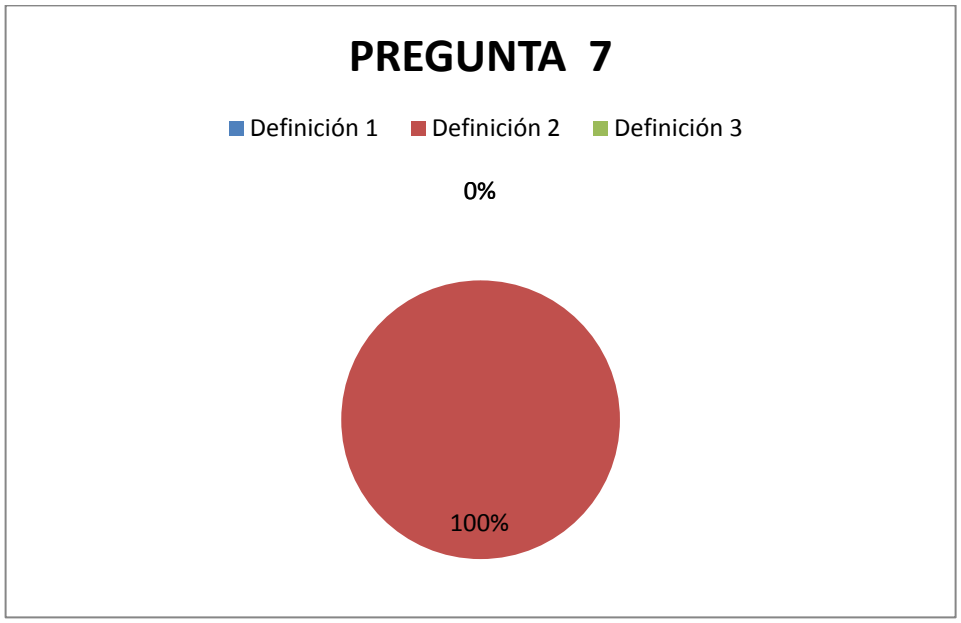
TIEMPO	
Una vez por mes	1
Cada tres meses	6
Cada seis meses	22
Cada nueve meses	15
Cada año	18
De manera esporádica	8
TOTAL	**70**



En la sexta pregunta los encuestados consideran necesario realizar una campaña de publicidad y relaciones públicas cada seis meses con el 31% de apoyo.

7.- ¿Qué sabe usted, acerca de lo que son las Relaciones Públicas, como una estrategia de apoyo y soporte a la gestión de fortalecimiento, promoción, potenciación y difusión de la imagen de su institución, elija el enunciado que mejor coincida con su opinión, poniendo una "X" en el casillero correspondiente?

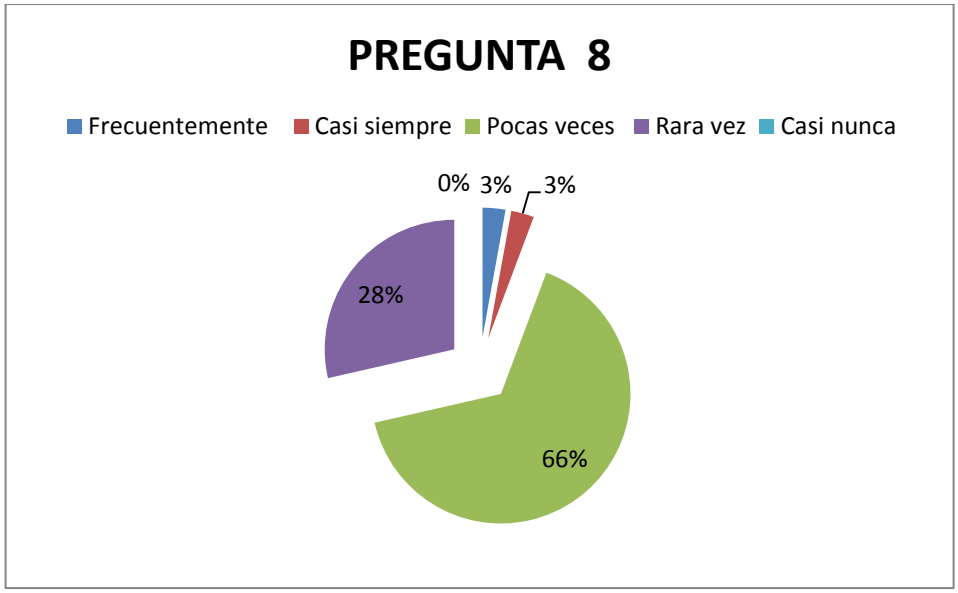
DEFINICIONES	
Definición 1	**0**
Definición 2	**70**
Definición 3	**0**
TOTAL	**70**



En la séptima pregunta todos tienen una idea muy clara del concepto de difusión, promoción y fortalecimiento de la imagen institucional a través de las Relaciones Públicas.

8.- ¿En algún momento la institución o equipo de trabajo han utilizado alguna forma, estrategia de comunicación o Relaciones Públicas, con el fin de fortalecer, promocionar, potenciar y difundir la imagen de su institución, por favor ponga una "X" en el casillero correspondiente?

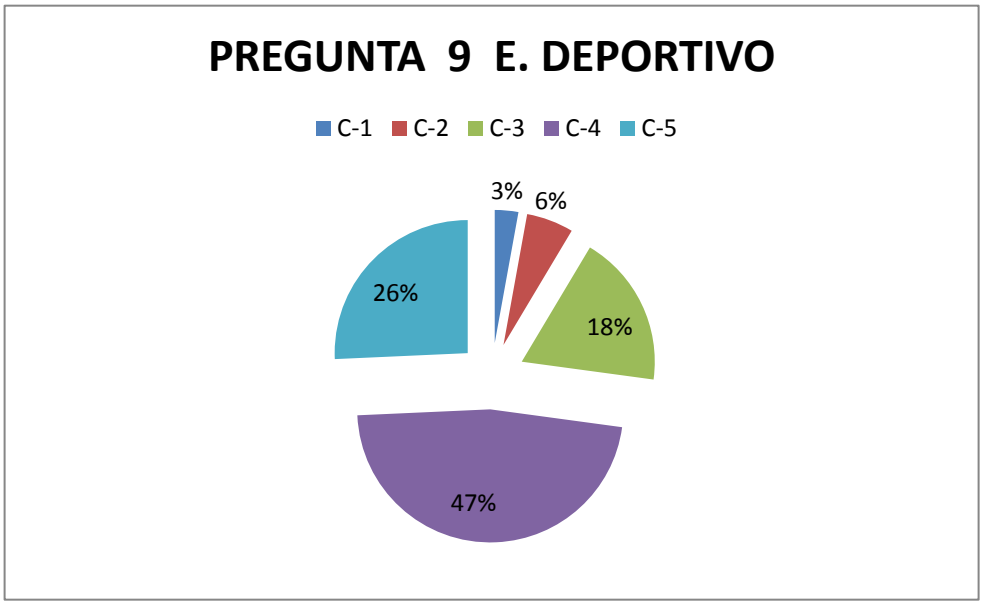
NIVELES	
Frecuentemente	2
Casi siempre	2
Pocas veces	46
Rara vez	20
Casi nunca	0
TOTAL	**70**



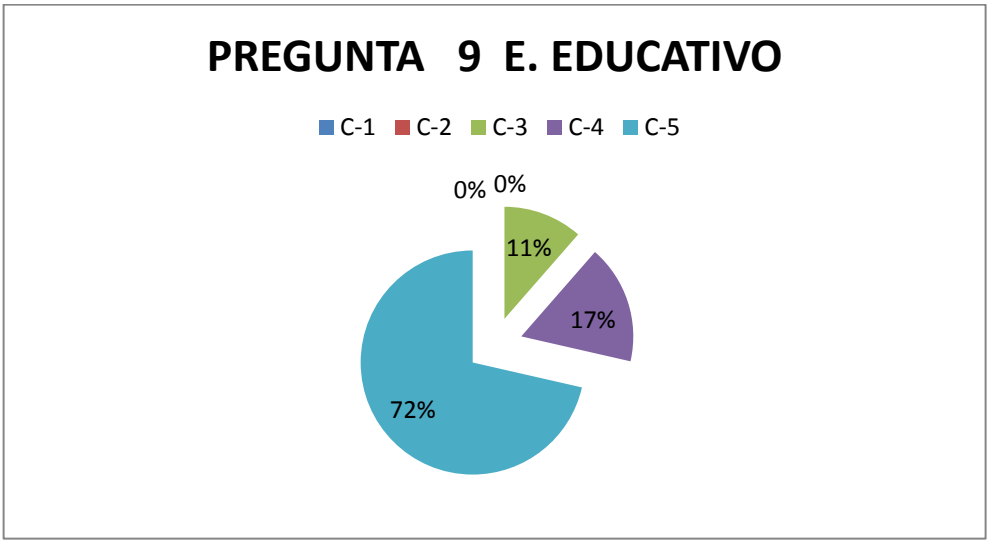
En la octava pregunta el 66% opina que lo ha hecho pocas veces y el 3% de manera frecuentemente.

9.- ¿Según su criterio, de los siguientes enunciados: en cuales de los eventos señalados, la institución y sus estudiantes participan con mayor frecuencia y se han podido destacar, califíquelos, tomando en cuenta que 1 es el de menor importancia y 5 el de mayor importancia?

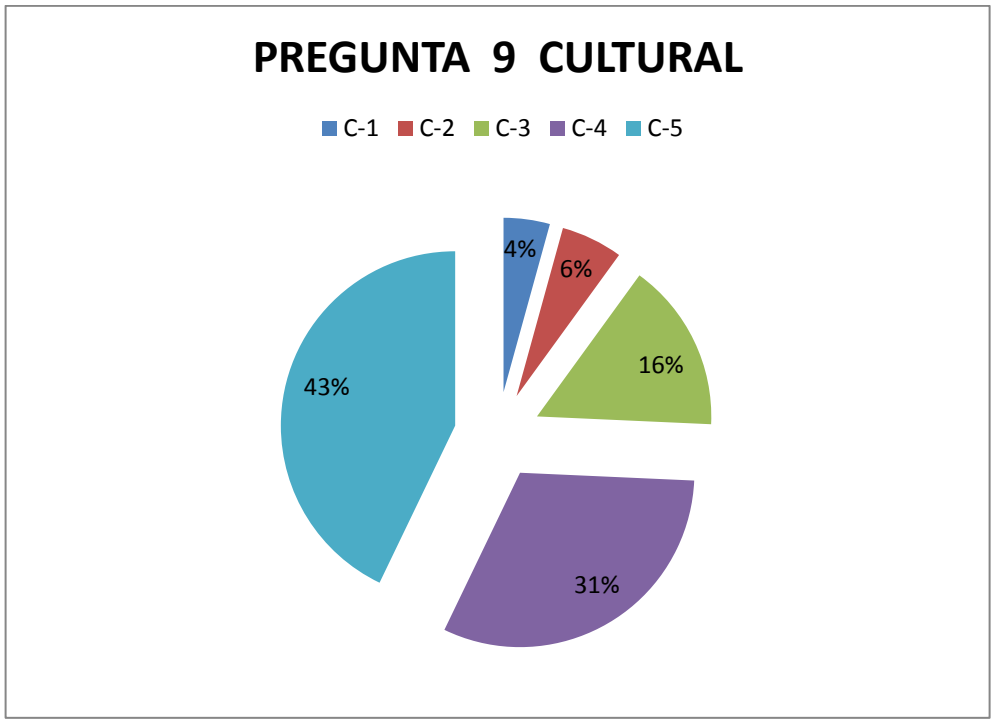
EVENTOS	C-1	C-2	C-3	C-4	C-5	TOTAL
E. Deportivo	2	4	13	33	18	70
E. Educativo	0	0	8	12	50	70
E. Cultural	3	4	11	22	30	70
E. Social	0	1	2	23	44	70
Otros	0	0	0	0	0	0



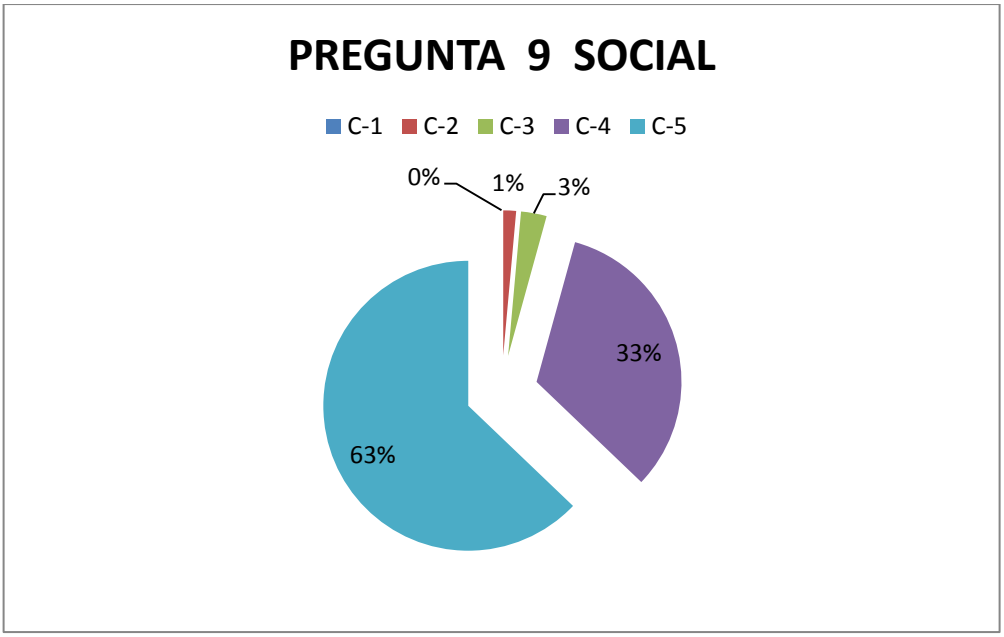
En la novena pregunta que se refiere al evento deportivo, el 47% otorgo una calificación de 4 de aceptación a este tipo de eventos.



En la novena pregunta que se refiere al evento educativo, el 72% otorgo una calificación de 5 de aceptación a este tipo de eventos.



En la novena pregunta que se refiere al evento cultural, el 43% otorgo una calificación de 5 de aceptación a este tipo de eventos.



En la novena pregunta que se refiere al evento social, el 63% otorgo una calificación de 5 de aceptación a este tipo de eventos.

ENCUESTA

PADRES DE FAMILIA

La presente encuesta está realizada con el fin de recolectar la mayor cantidad de información, para saber que tan importante es para los padres de familia del Colegio San Luis Gonzaga la imagen que tiene su institución, y también saber qué tipo de opinión tienen sobre mecanismos de difusión y como desearían que la imagen sea potenciada, y que tan pertinente consideran ellos que exista una área específica dedicada a la difusión y potenciación y constante renovación e innovación de la imagen institucional.

Para la recolección de esta información lo que se utilizo fue la encuesta, ya que es una de herramienta de investigación, la cual nos permite obtener datos cuantitativos, los cuales serán interpretados, y de los resultados obtenidos hará que sea pertinente el Plan de Relaciones Públicas que se desarrollara a continuación, se puede observar que las 6 preguntas planteadas en la encuesta demuestran que a los padres de familia del Colegio San Luis Gonzaga les parece importante que la imagen del colegio este bien establecida y no sufra ningún tipo de daño, y que lo que se planteo en otras preguntas las cuales hacen que sean un complemento de la imagen, debe ser mejoradas para que no exista puntos débiles los cuales se reflejen directamente en la imagen, por tanto con los resultados obtenidos en esta encuesta demuestra que es muy necesario y viable la propuesta de un Plan de Relaciones Públicas.

ENCUESTA

PADRES DE FAMILIA

La presente encuesta busca obtener información general relacionada con interés de la opinión pública, para realizar un trabajo de investigación académica. Por favor conteste las siguientes preguntas.

1.- ¿Cuál fue el motivo, para que usted tome la decisión de ingresar a sus hijos a la institución donde estudian actualmente, por favor señale el enunciado que crea usted más conveniente, ponga una "X" en el casillero correspondiente según sea el caso, siendo 1 el de menor importancia y 5 para el de mayor importancia? (no puede existir dos "X" en un mismo número)

ÍTEMS	0	1	2	3	4	5
Imagen y prestigio						
Tradición lograda a través de los años						
Facilidades por la ubicación geográfica						
Calidad educativa						
Otros (especifique)						

2.- ¿Cuáles son los servicios y beneficios que le ofrece la institución a su hijo para su comodidad, bienestar y seguridad; y a usted para su tranquilidad y satisfacción como padre de familia, señale el orden de importancia, tomando en cuenta que 1 es el de menor importancia y 6 el de mayor importancia?

SERVICIOS Y BENEFICIOS	
Buenos profesores	
Calidad de la enseñanza	
Transporte	
Bar & cafetería	
Club deportivo, talleres extracurriculares	
Otros (especifique)	

3.- ¿Cómo considera usted que están los servicios que le ofrece la institución en cuanto a la calidad, por favor ponga una "X" en el casillero correspondiente según sea el caso, siendo 1 el de menor satisfacción y 5 para el de mayor satisfacción? (no puede existir dos "X" en un mismo número)

SERVICIOS Y BENEFICIOS	**0**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Buenos profesores						
Calidad de la enseñanza						
Transporte						
Bar & cafetería						
Club deportivo, talleres extracurriculares						
Otros (especifique)						

4.- ¿Cuál de los siguientes factores considera usted que son determinantes para que la institución tenga una buena imagen en la actualidad, señale el orden de importancia, tomando en cuenta que 1 es el de menor importancia y 7 el de mayor importancia?

FACTORES	
Que tenga buena imagen y prestigio	
Que posea buena infraestructura	

Que tenga tecnología de punta	
Que tenga educación de calidad	
Que tenga tradición educativa	
Que tenga disciplina orden y estructura	
Otros (especifique)	

5.- ¿Cuál considera usted que debería ser el medio de comunicación, por el cual tendría que promocionar la institución su imagen, por favor ponga una "X" en el casillero correspondiente según sea el caso, siendo 1 el de menor importancia y 5 para el de mayor importancia? (no puede existir dos "X" en un mismo número)

MEDIOS	**0**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Radio						
Prensa escrita						
Televisión						
Internet						
Otros (especifique)						

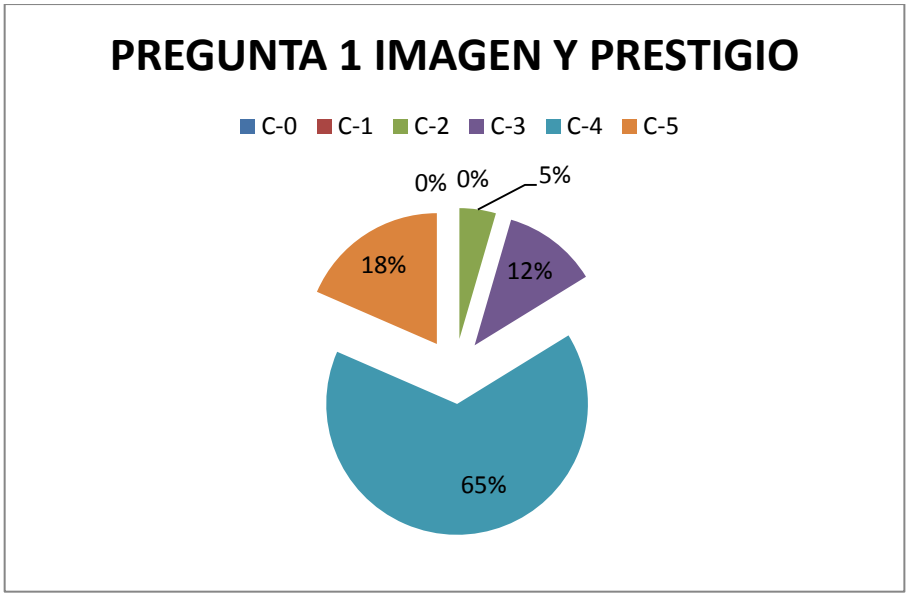
6.- ¿De los siguientes enunciados cuál de ellos a su criterio, debería ser considerado para ser implementado en la institución para un mejor trabajo de gestión, por favor ponga una "X" en el casillero correspondiente según sea el caso?

OPCIONES	
Un área que solamente puedan tener acceso y opinión en su gestión una sola autoridad de la institución.	
Un área de Relaciones Públicas, comunicación o publicidad que haga posible que la imagen de la institución se encuentre potenciada, promocionada y bien difundida siempre, gestione y dinamice la comunicación interna y externa para el bienestar de todos los que conforman la institución.	
Un área que solamente gestione la comunicación interna y la difunda a ciertas personas de la institución.	

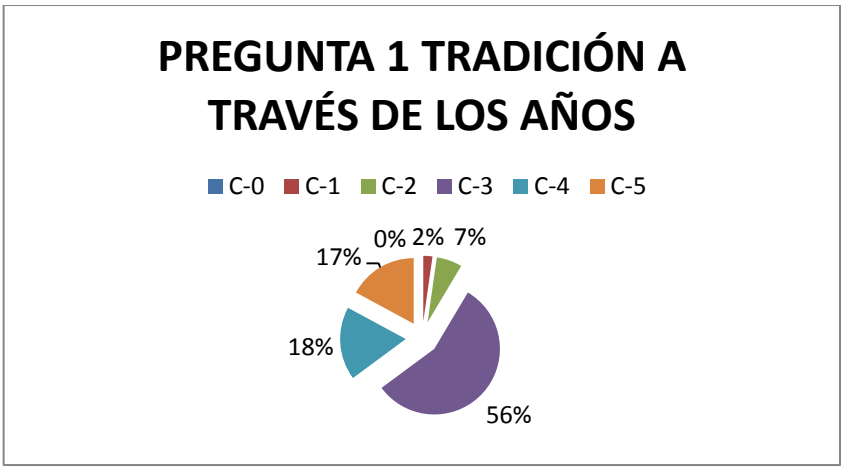
TABULACIÓN ENCUESTA PADRES

1.- ¿Cuál fue el motivo, para que usted tome la decisión de ingresar a sus hijos a la institución donde estudian actualmente, por favor señale el enunciado que crea usted más conveniente, ponga una "X" en el casillero correspondiente según sea el caso, siendo 1 el de menor importancia y 5 para el de mayor importancia? (no puede existir dos "X" en un mismo número)

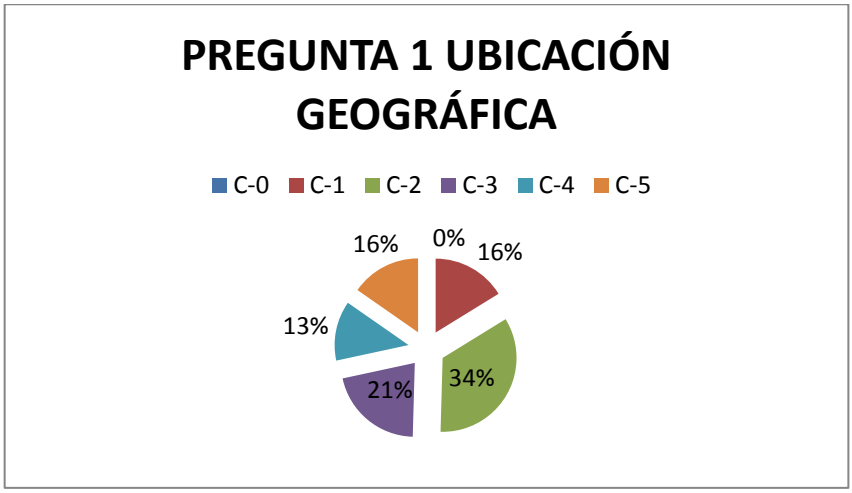
ÍTEMS	C-0	C-1	C-2	C-3	C-4	C-5	Total
Imagen y prestigio	0	0	10	26	145	41	222
Tradición lograda a través de los años	0	5	14	125	40	38	222
Facilidades por la ubicación geográfica	0	36	76	47	29	34	222
Calidad educativa	0	0	17	14	35	156	222
Otros	0	0	0	0	0	0	0



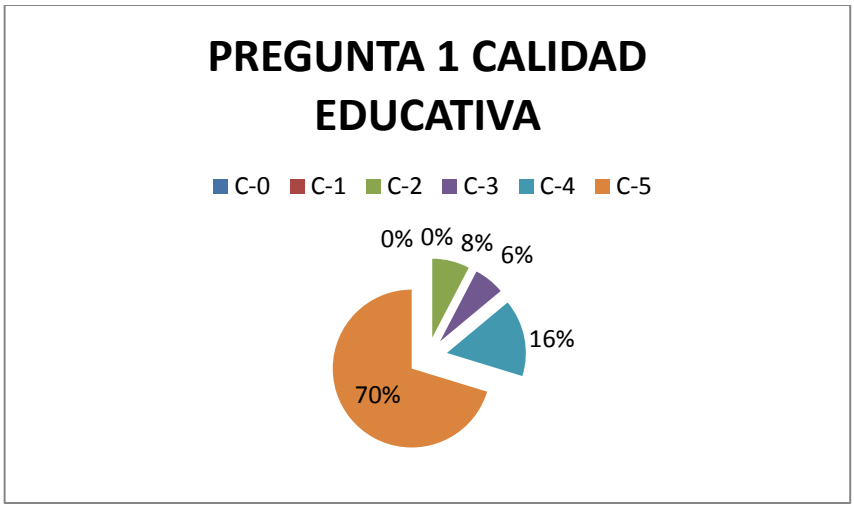
En la primera pregunta en el primer ítem los resultados revelan que el 65% los encuestados otorgaron una calificación de 4 y el 5 calificación 2.



En la primera pregunta en el segundo ítem el 56% le otorgó una calificación de 3 y el 2% una calificación de 1.



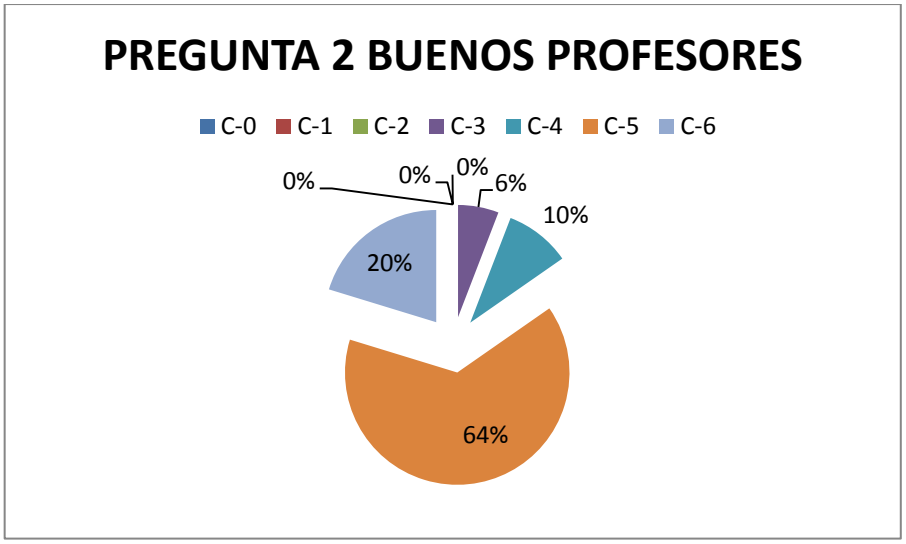
En el tercer ítem el 34% de los encuestados otorgaron una calificación de 2 frente al 13% calificación de 4.



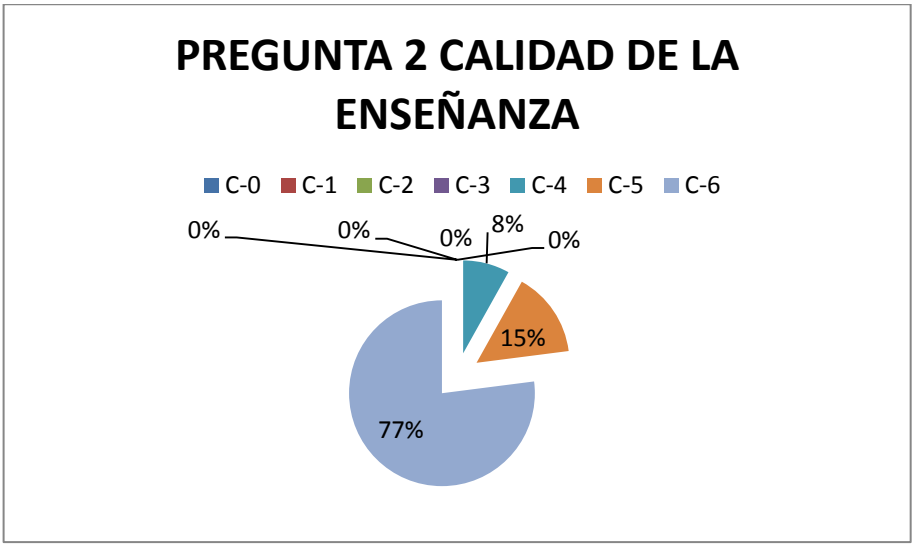
En la primera pregunta en el tercer ítem el 70% calificó con 5 y el 6% calificación de 3.

2.- ¿Cuáles son los servicios y beneficios que le ofrece la institución a su hijo para su comodidad, bienestar y seguridad; y a usted para su tranquilidad y satisfacción como padre de familia, señale el orden de importancia, tomando en cuenta que 1 es el de menor importancia y 6 el de mayor importancia?

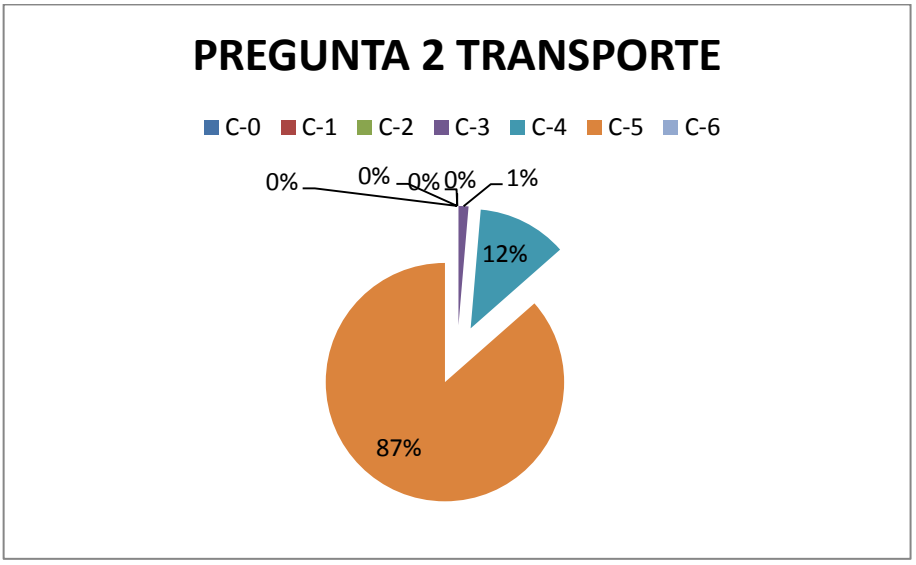
SERVICIOS Y BENEFICIOS	**C-0**	**C-1**	**C-2**	**C-3**	**C-4**	**C-5**	**C-6**	**Total**
Buenos profesores	0	0	0	13	21	143	45	222
Calidad de la enseñanza	0	0	0	0	18	33	171	222
Transporte	0	0	0	3	27	192	0	222
Bar & cafetería	0	0	0	17	97	90	18	222
Club deportivo, talleres extracurriculares	0	0	0	15	59	121	27	222
Otros	0	0	0	0	0	0	0	0



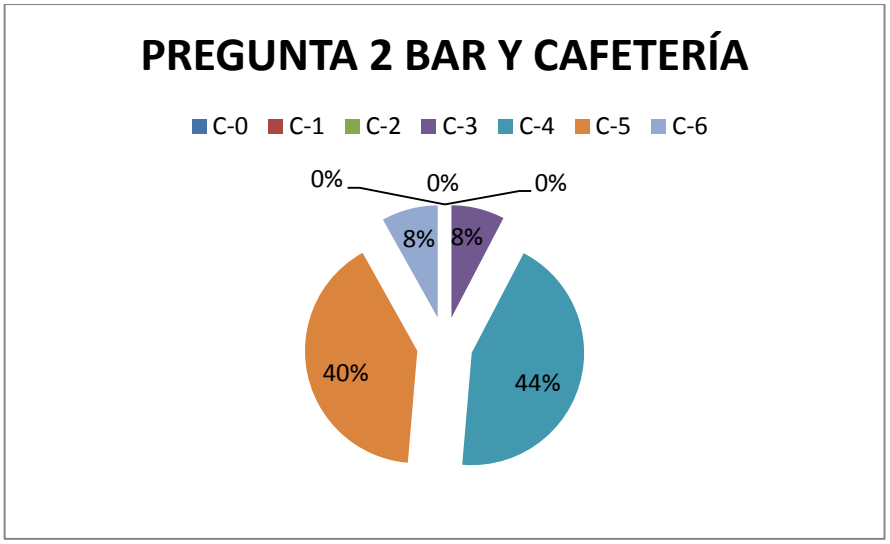
En la segunda pregunta referente a los buenos profesores el 64% otorgó calificación 5 y el 6% calificación 3.



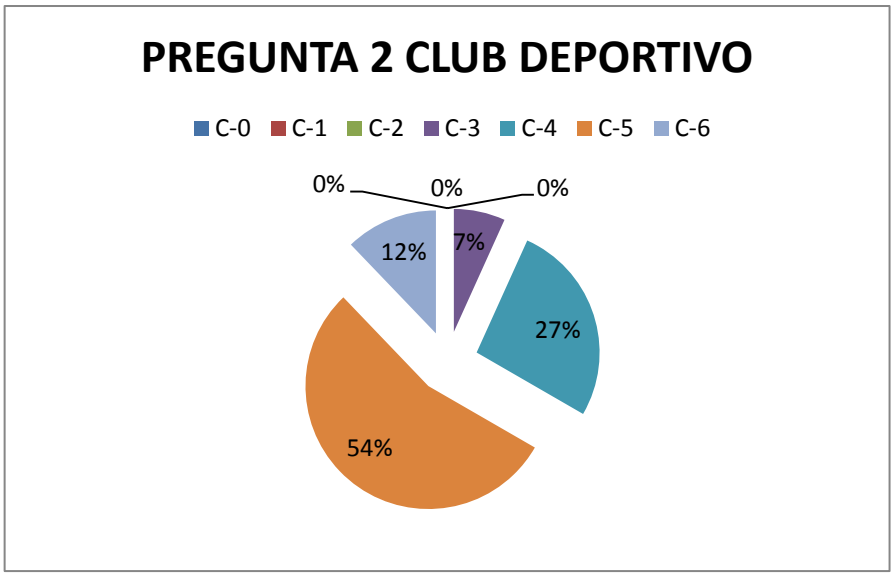
En la segunda pregunta referente a la calidad en la enseñanza, el 77% otorgó una calificación de 6 y 8% calificación 4.



En la segunda pregunta referente al transporte, el 87% calificó con 5 mientras el 1% lo hizo con 3.



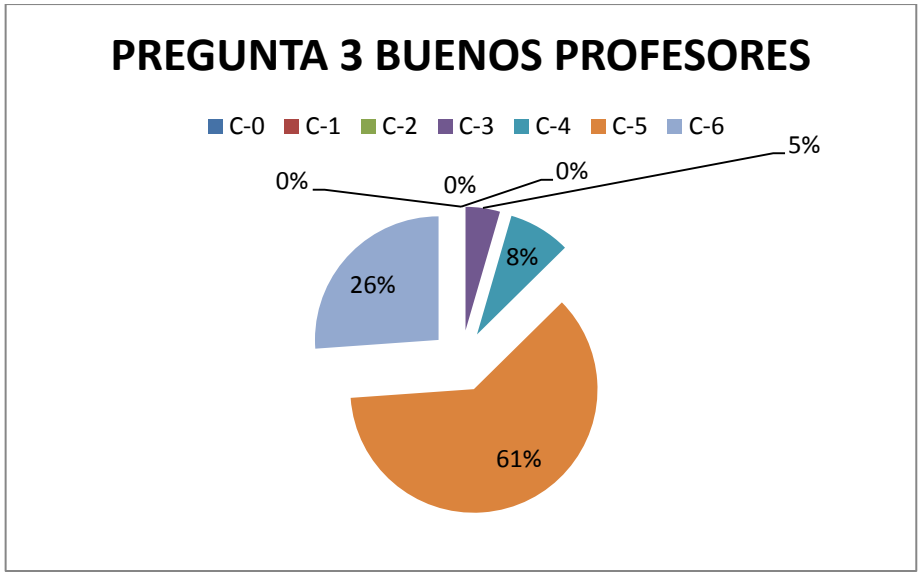
En la segunda pregunta referente al bar y cafetería, el 44% la calificó con 4, y una calificación el 8% con 3.



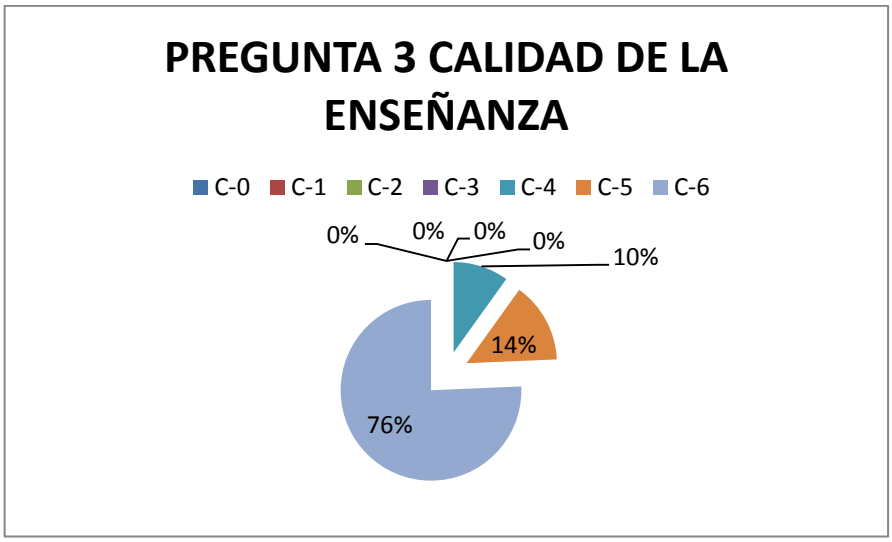
En la segunda pregunta referente al club deportivo la calificación 5 obtuvo el 54% y el 7% calificación 3.

3.- ¿Cómo considera usted que están los servicios que le ofrece la institución en cuanto a la calidad, por favor ponga una "X" en el casillero correspondiente según sea el caso, siendo 1 el de menor satisfacción y 5 para el de mayor satisfacción? (no puede existir dos "X" en un mismo número)

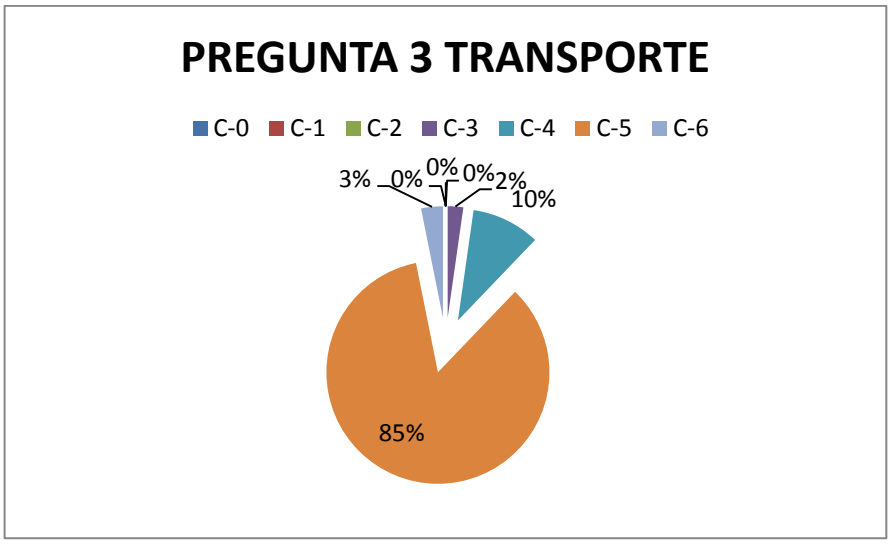
SERVICIOS Y BENEFICIOS	**C-0**	**C-1**	**C-2**	**C-3**	**C-4**	**C-5**	**C-6**	**Total**
Buenos profesores	0	0	0	10	18	136	58	222
Calidad de la enseñanza	0	0	0	0	22	32	168	222
Transporte	0	0	0	5	22	188	7	222
Bar & cafetería	0	0	0	14	92	95	21	222
Club deportivo, talleres extracurriculares	0	0	0	13	49	136	24	222
Otros	0	0	0	0	0	0	0	0



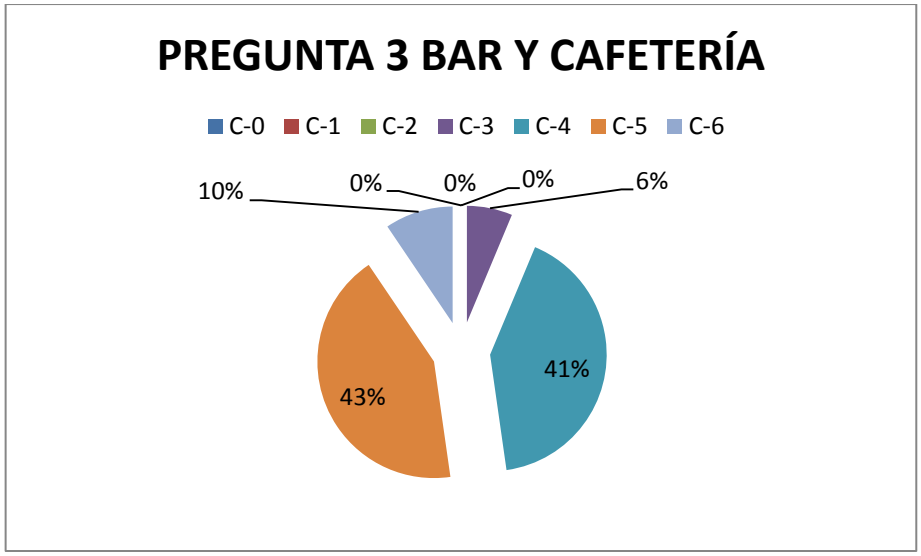
En la pregunta referente a los buenos profesores (calidad), el 61% calificó con 5 y el 5% con 3.



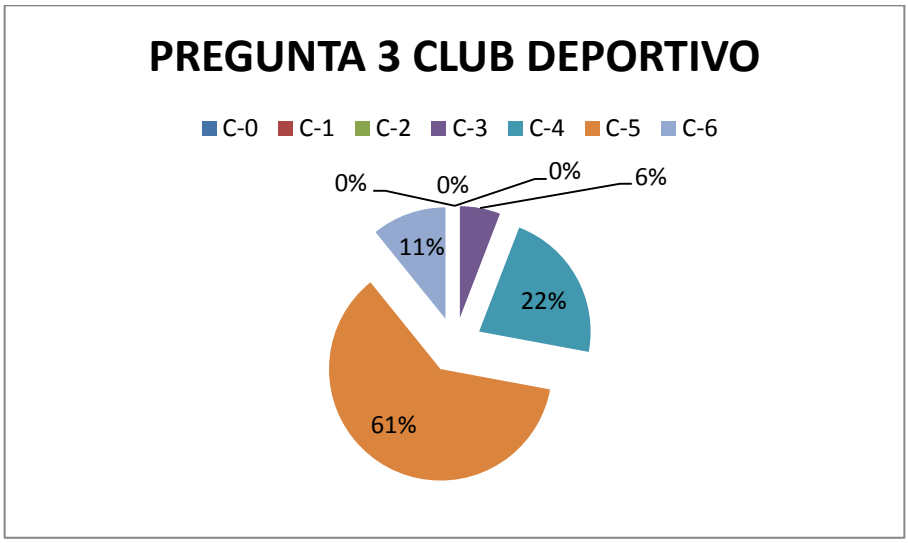
En cuanto a la calidad en la enseñanza (calidad), el 76% otorgó una calificación de6 y el 10% calificación 4.



En cuanto al transporte (calidad) la calificación de 5 obtuvo el 85 % y la calificación 3 obtuvo el 2%.



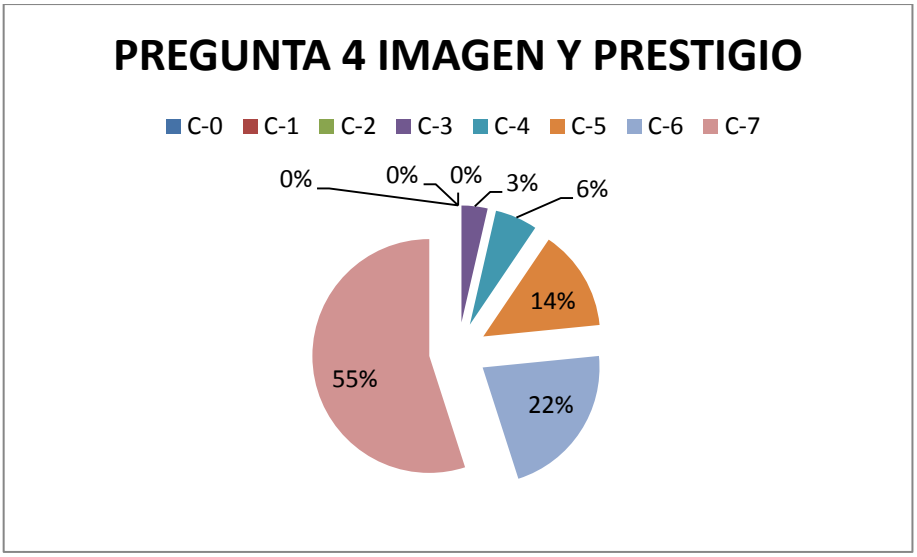
En cuanto al bar y cafetería (calidad), el 44% calificó con 5 y 6% la califico con 3.



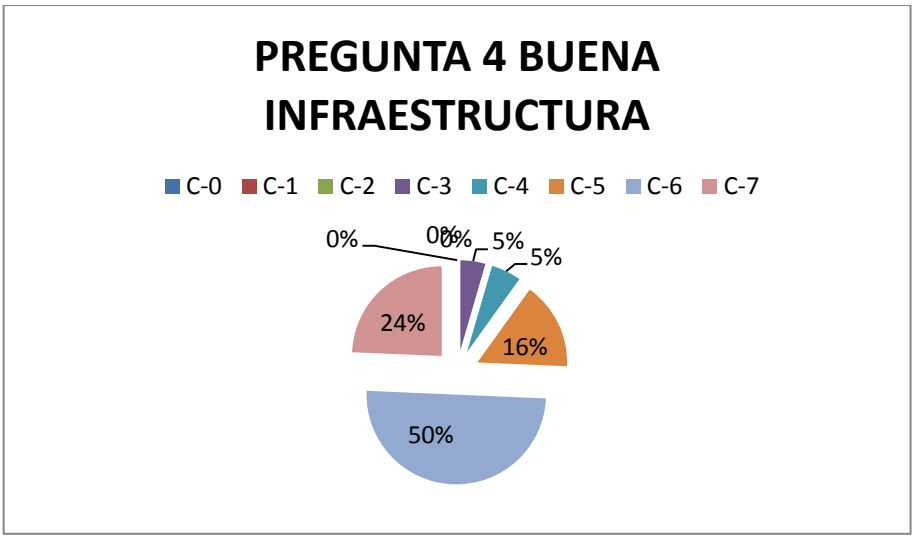
Los encuestados calificaron al club deportivo (calidad) con 5 en un 54% y una calificación de 3 del 7%.

4.- ¿Cuál de los siguientes factores considera usted que son determinantes para que la institución tenga una buena imagen en la actualidad, señale el orden de importancia, tomando en cuenta que 1 es el de menor importancia y 7 el de mayor importancia?

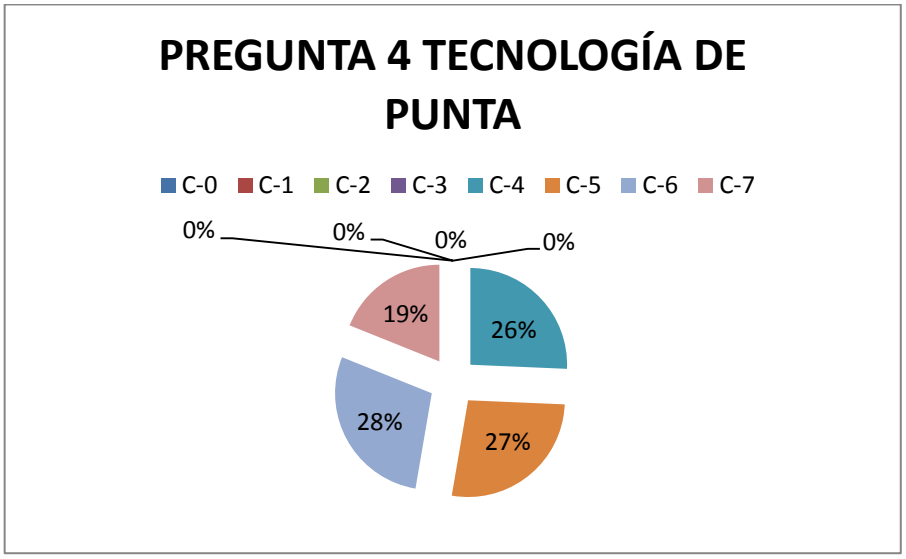
FACTORES	**C-0**	**C-1**	**C-2**	**C-3**	**C-4**	**C-5**	**C-6**	**C-7**	**Total**
Que tenga buena imagen y prestigio	0	0	0	8	13	31	48	122	222
Que posea buena infraestructura	0	0	0	10	12	35	111	54	222
Que tenga tecnología de punta	0	0	0	0	57	60	63	42	222
Que tenga educación de calidad	0	0	0	16	14	19	141	32	222
Que tenga tradición educativa	0	0	0	23	17	133	29	20	222
Que tenga disciplina orden y estructura	0	0	0	15	26	139	31	11	222
Otros	0	0	0	0	0	0	0	0	0



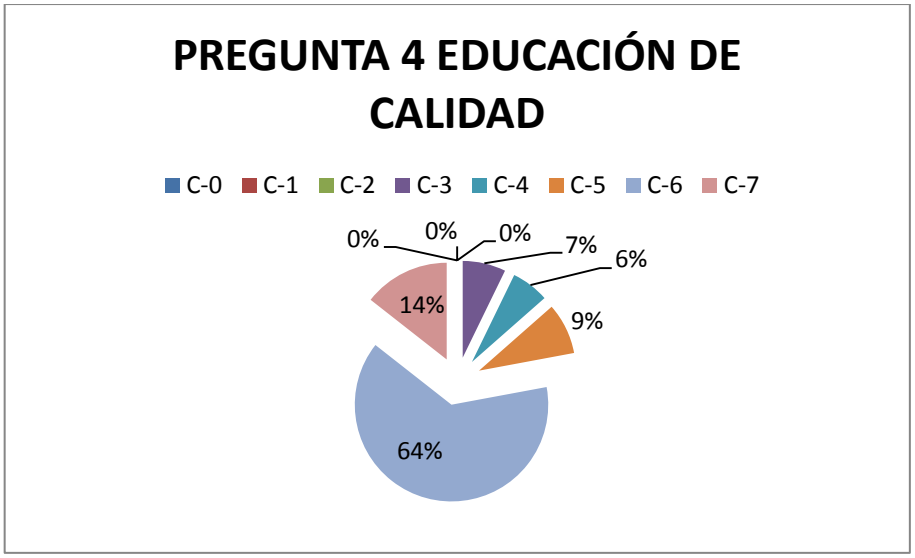
En la cuarta pregunta referente a la imagen y el prestigio, se otorgó la calificación 7 con un porcentaje de 55% que es la más alta y 3 con un porcentaje de 3% a la más baja.



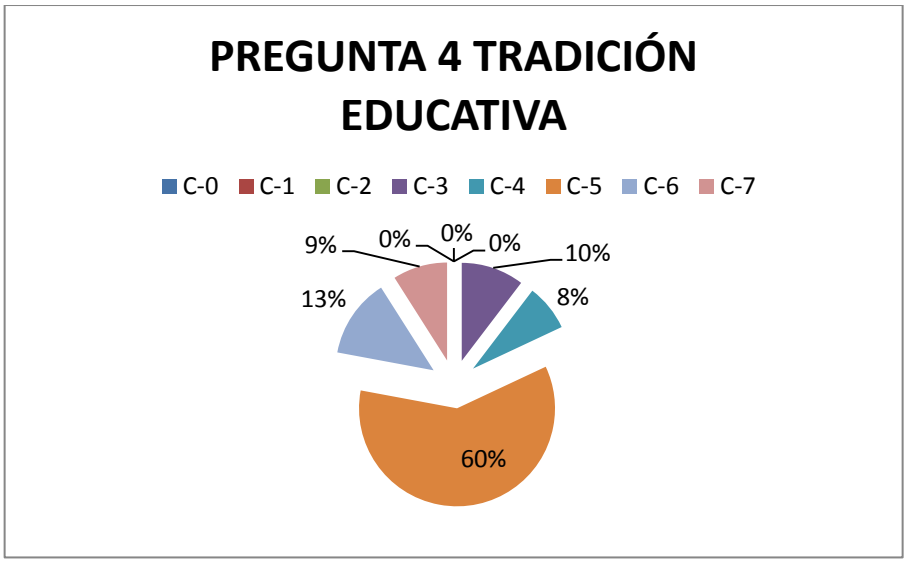
En la cuarta pregunta referente a la buena infraestructura, se otorgó la calificación 6 con un porcentaje de 50% a la más alta y 3 con un porcentaje de 5% a la más baja.



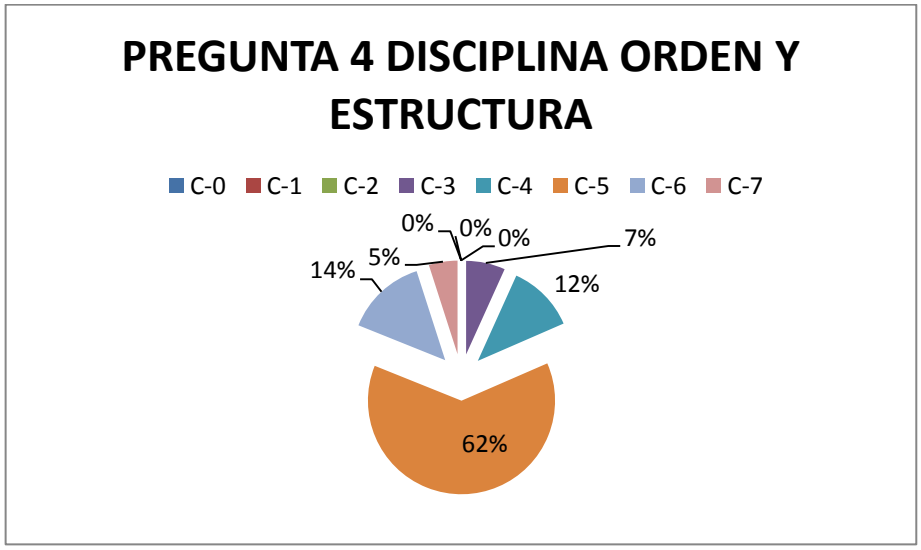
En la cuarta pregunta referente a la tecnología de punta, se otorgó la calificación 6 con un porcentaje de 28% a la más alta y 7 con un porcentaje de 19% a la más baja.



En la cuarta pregunta referente a la educación de calidad, se otorgó la calificación 6 con un porcentaje de 64% a la más alta y 4 con un porcentaje de 6% a la más baja.



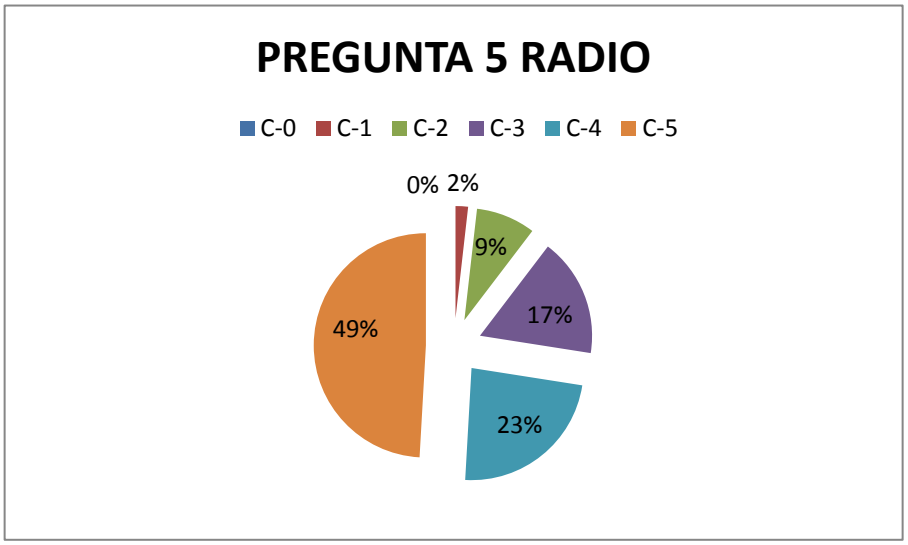
En la cuarta pregunta referente a la tradición educativa, se otorgó la calificación 5 con un porcentaje de 60% a la más alta y 4 con un porcentaje de 8% a la más baja.



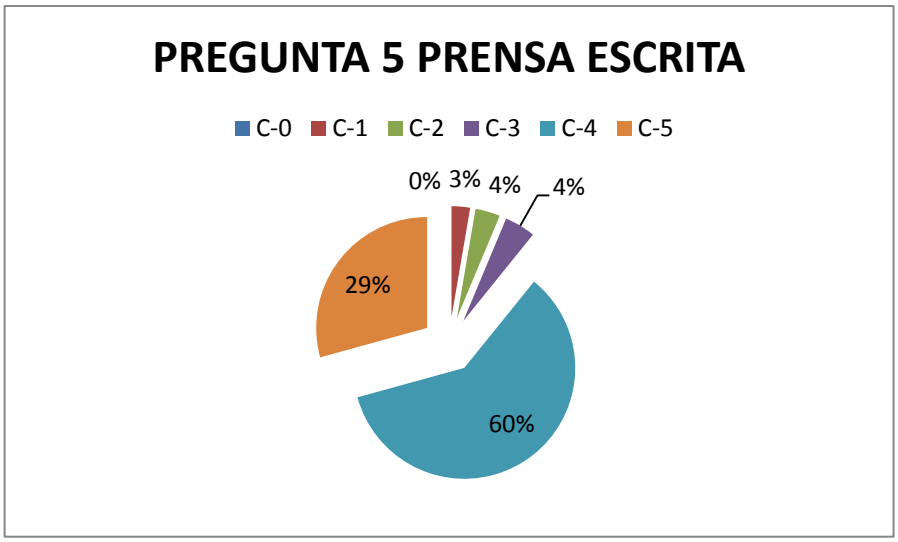
En la cuarta pregunta referente a la disciplina y el orden, se otorgó la calificación 5 con un porcentaje de 62% a la más alta y 7 con un porcentaje de 5% a la más baja.

5.- ¿Cuál considera usted que debería ser el medio de comunicación, por el cual tendría que promocionar la institución su imagen, por favor ponga una "X" en el casillero correspondiente según sea el caso, siendo 1 el de menor importancia y 5 para el de mayor importancia? (no puede existir dos "X" en un mismo número)

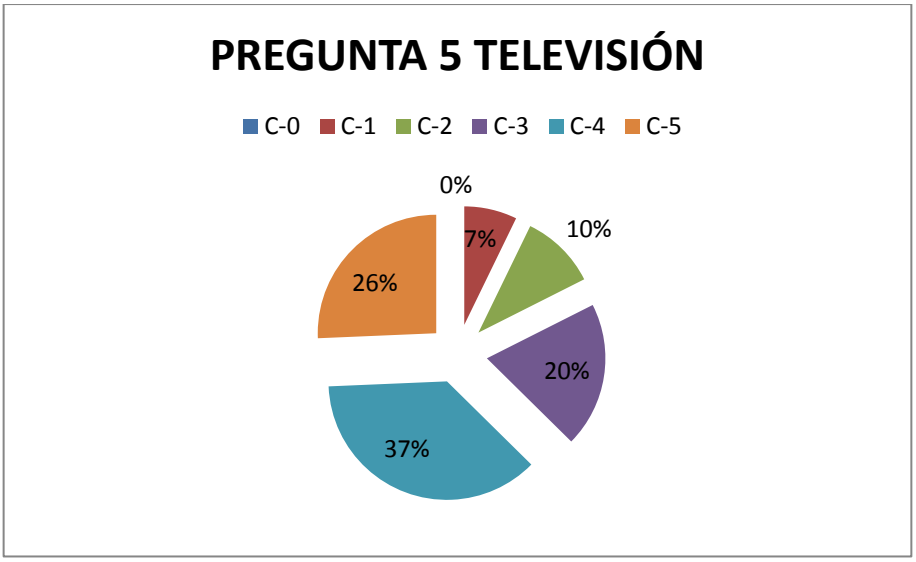
MEDIOS	C-0	C-1	C-2	C-3	C-4	C-5	Total
Radio	0	4	19	38	52	109	222
Prensa Escrita	0	6	8	10	133	65	222
Televisión	0	16	23	44	82	57	222
Internet	0	0	11	33	54	124	222
Otros	0	0	0	0	0	0	0



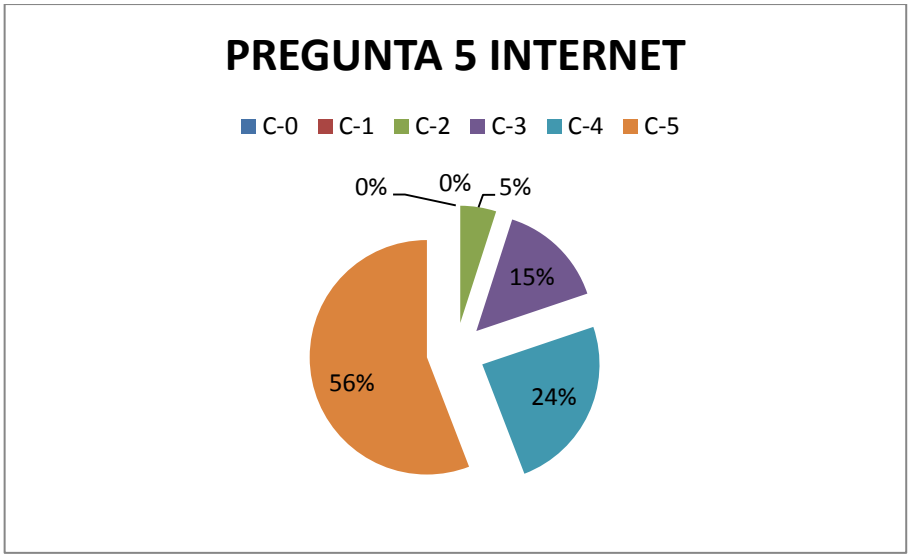
En la quinta pregunta referente a si considera importante el salir en un medio de comunicación como radio, se otorgó la calificación de 5 como el más alto con un porcentaje del 49% y el más bajo con una calificación de 1 con un porcentaje del 2 %.



En la quinta pregunta referente a si considera importante el salir en un medio de comunicación como prensa escrita, se otorgó la calificación de 4 como el más alto con un porcentaje del 60% y el más bajo con una calificación de 1 con un porcentaje del 3%.



En la quinta pregunta referente a si considera importante el salir en un medio de comunicación como televisión, se otorgó la calificación de 4 como el más alto con un porcentaje del 37% y el más bajo con una calificación de 1 con un porcentaje del 7%.

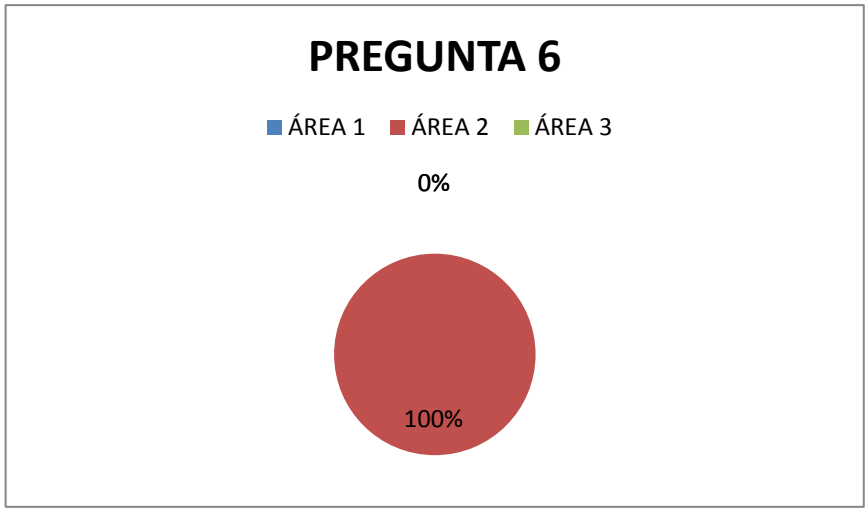


En la quinta pregunta referente a si considera importante el salir en un medio de comunicación como internet, se otorgó la calificación de 5 como el más alto con un porcentaje del 56% y el más bajo con una calificación de 2 con un porcentaje de 5%.

6.- ¿De los siguientes enunciados cuál de ellos a su criterio, debería ser considerado para ser implementado en la institución para un mejor trabajo de gestión, por favor ponga una "X" en el casillero correspondiente según sea el caso?

ÁREAS		
ÁREA 1	0	0
ÁREA 2	222	100%

ÁREA 3	0	
Total	222	100%



En la sexta la cual se refiere a la creación de un área de Relaciones Públicas o publicidad todos los padres se encuentran de acuerdo con su implementación.

ENCUESTA

ESTUDIANTES

La presente encuesta busca obtener información general relacionada con interés de la opinión pública, para realizar un trabajo de investigación académica. Por favor conteste las siguientes preguntas.

1.- ¿Cuál consideras tu que es el más importante de los servicios y beneficios que te ofrece tu colegio en cuanto a la calidad, por favor pon una "X" en el casillero correspondiente según sea el caso, siendo 1 el de menor satisfacción y 5 para el de mayor satisfacción? (no puede existir dos "X" en un mismo número)?

SERVICIOS Y BENEFICIOS	**0**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Buenos profesores						
Calidad de la enseñanza						
Transporte						
Bar & cafetería						
Club deportivo, talleres extracurriculares						
Otros (especifique)						

2.- ¿Cuál de los siguientes factores consideras tu que sean los factores determinantes para que tu colegio tenga una buena imagen en la actualidad, señala el orden de importancia, tomando en cuenta que 1 es el de menor importancia y 7 el de mayor importancia?

FACTORES	
Que tenga buena imagen y prestigio	
Buena infraestructura	
Tecnología de punta	
Educación de calidad	
Tradición educativa	
Disciplina y orden	
Otros (especifique)	

3.- ¿Qué tipo de eventos consideras importantes y trascedentes, los cuales deben ser realizados con mayor frecuencia, para que ayuden al fortalecimiento, promoción y difusión de la imagen de tu colegio, califícalos siendo 1 el de menor importancia y 5 el de mayor importancia?

Eventos	0	1	2	3	4	5
Eventos deportivos						
Eventos educativos						
Eventos sociales						
Eventos culturales						
Otros (especifique)						

4.- ¿Cuál de las siguientes herramientas de comunicación son las que más utilizas para mantenerte informado sobre cualquier cambio o eventualidad que exista en tu colegio, califícalos siendo 1 el de menor importancia y 5 el de mayor importancia?

INSTRUMENTOS Y MECANISMOS DE DIFUSIÓN	
CARTELERA	
REVISTA INTERNA	
INTRANET E INTERNET	
MAIL	
FOROS EN GENERAL	
CASAS ABIERTAS	

FERIAS ESTUDIANTILES	
OTROS (especifique)	

5.- ¿Con que frecuencia revisas y utilizas los instrumentos de comunicación que posee tu colegio, por favor ponga una "X" en el casillero correspondiente?

TIEMPO	
Tres veces por día	
Dos veces por día	
Una vez por día	
Una vez por semana	
Dos veces por semana	
Una vez por mes	
De manera esporádica	

6.- ¿Con que frecuencia consideras tu que se debe realizar algún tipo de campaña promocional, publicitaria o de Relaciones Públicas, para difundir la imagen de tu colegio, por favor pon una "X" en el casillero correspondiente?

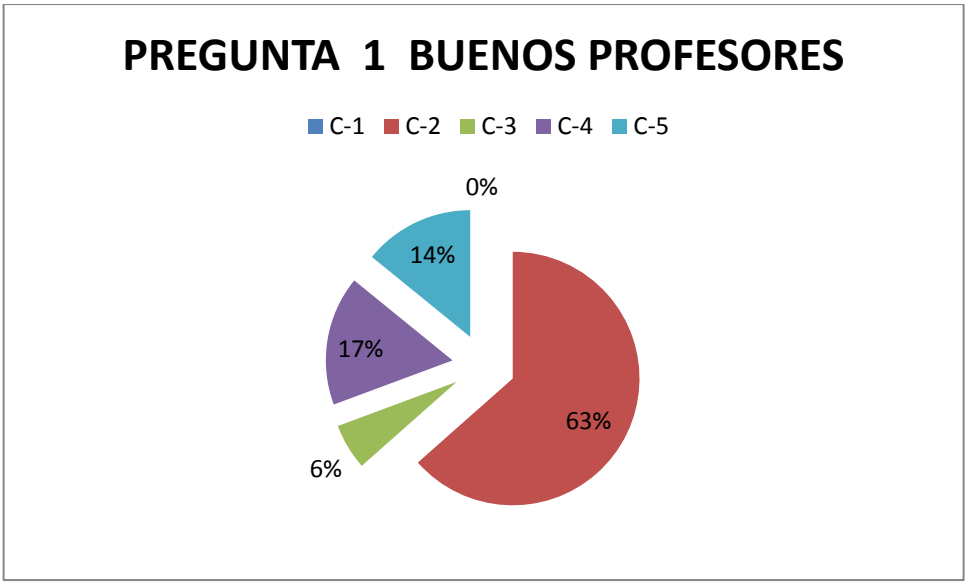
TIEMPO	
Una vez por mes	
Cada tres meses	
Cada seis meses	
Cada nueve meses	
Cada año	
De manera esporádica	

Gracias por su colaboración

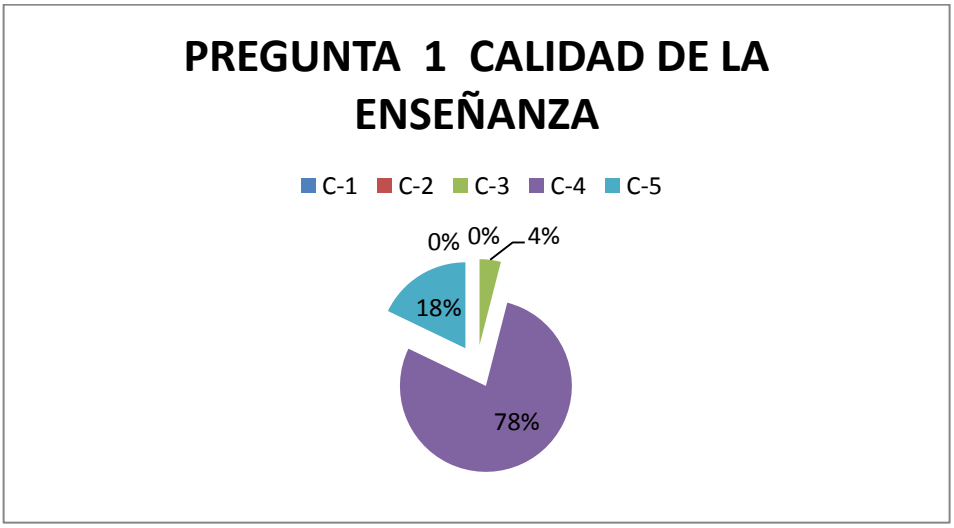
TABULACIÓN ENCUESTA ESTUDIANTES

1.- ¿Cuál consideras tu que es el más importante de los servicios y beneficios que te ofrece tu colegio en cuanto a la calidad, por favor pon una "X" en el casillero correspondiente según sea el caso, siendo 1 el de menor satisfacción y 5 para el de mayor satisfacción? (no puede existir dos "X" en un mismo número)?

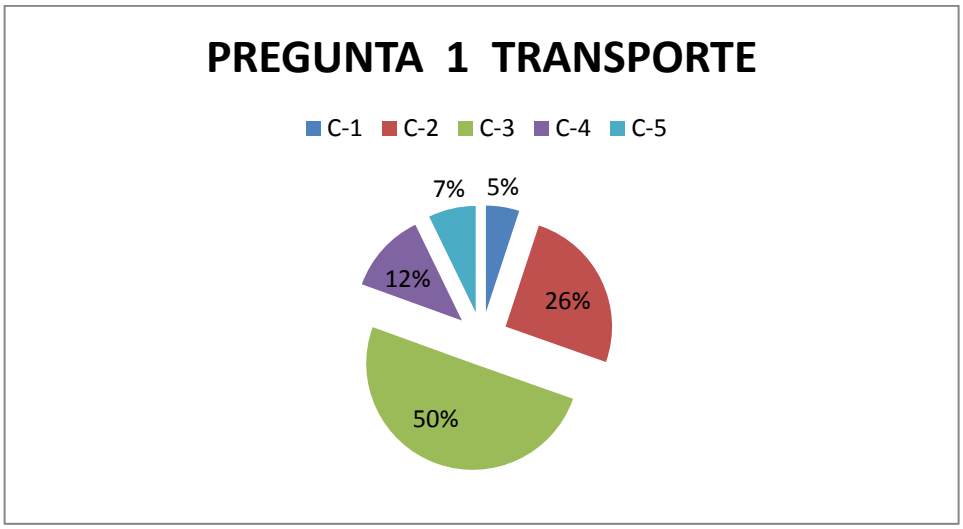
SERVICIOS Y BENEFICIOS	C-0	C-1	C-2	C-3	C-4	C-5	Total
Buenos profesores	0	0	238	22	62	53	375
Calidad de la enseñanza	0	0	0	15	293	67	375
Transporte	0	19	95	188	46	27	375
Bar & cafetería	0	0	303	30	28	14	375
Club deportivo, talleres extracurriculares	0	0	13	149	136	77	375
Otros	0	0	0	0	0	0	0



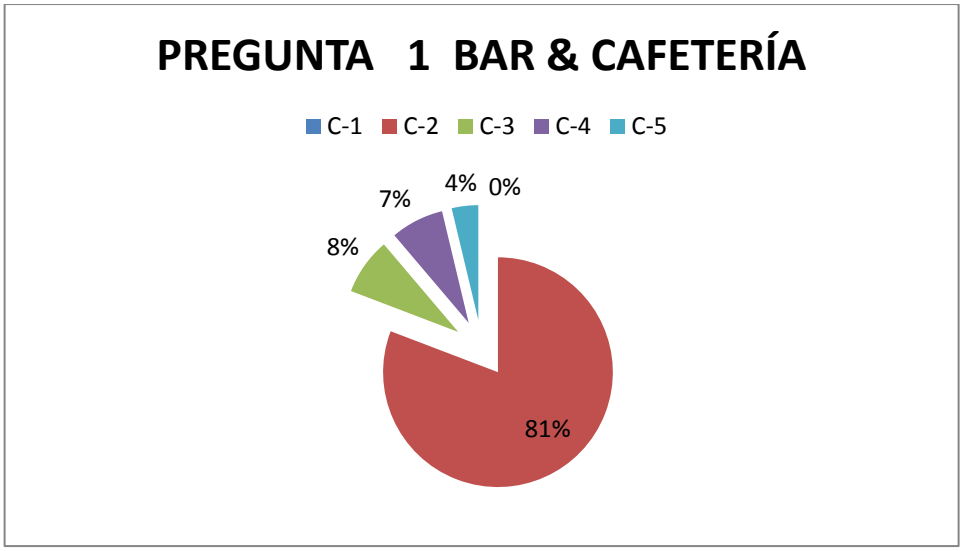
En la pregunta uno sobre la importancia de que la institución cuente con buenos profesores arrojó que el 63% con una calificación de 2.



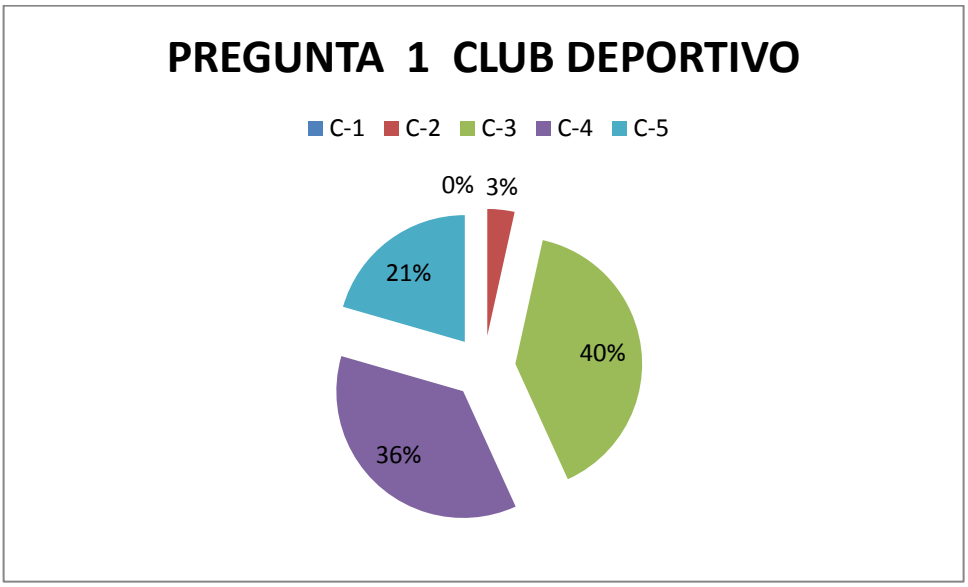
En la pregunta uno, los estudiantes que tan importante consideran que el colegio posea calidad de la enseñanza arrojó que el 78% con una calificación de 4 lo creen importante.



En la pregunta uno, los estudiantes que tan importante consideran que el colegio posea transporte arrojó que el 50% con una calificación de 3 lo creen importante.



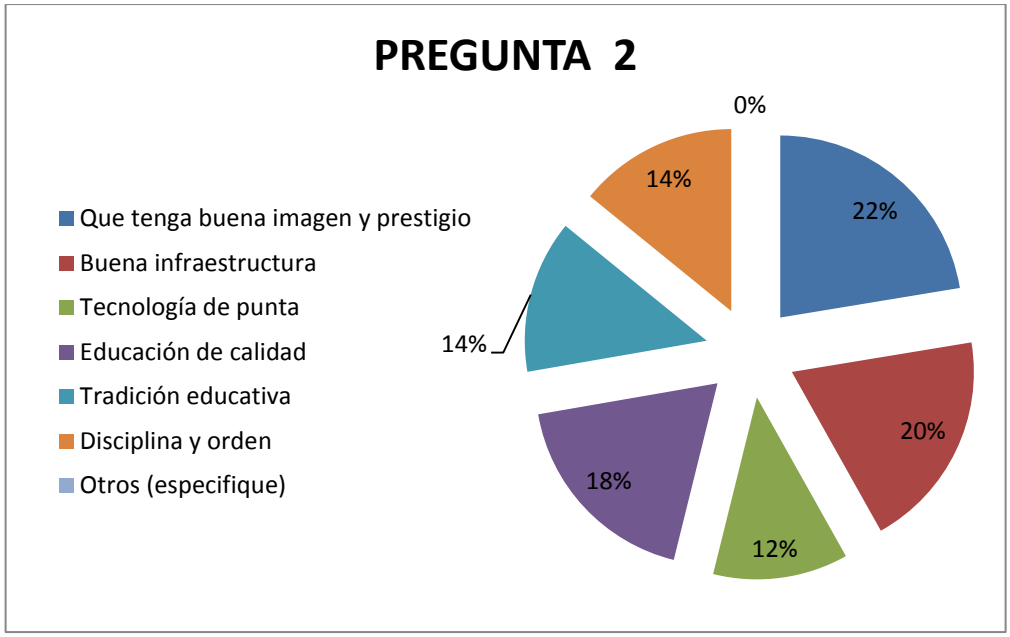
En la pregunta uno, los estudiantes que tan importante consideran que el colegio posea bar y cafetería arrojo que el 81% con una calificación de 2 lo creen importante.



En la pregunta uno, los estudiantes que tan importante consideran que el colegio posea buenos profesores arrojó que el 40% con una calificación de 3 lo creen importante.

2.- ¿Cuál de los siguientes factores consideras tu que sean los factores determinantes para que tu colegio tenga una buena imagen en la actualidad, señala el orden de importancia, tomando en cuenta que 1 es el de menor importancia y 7 el de mayor importancia?

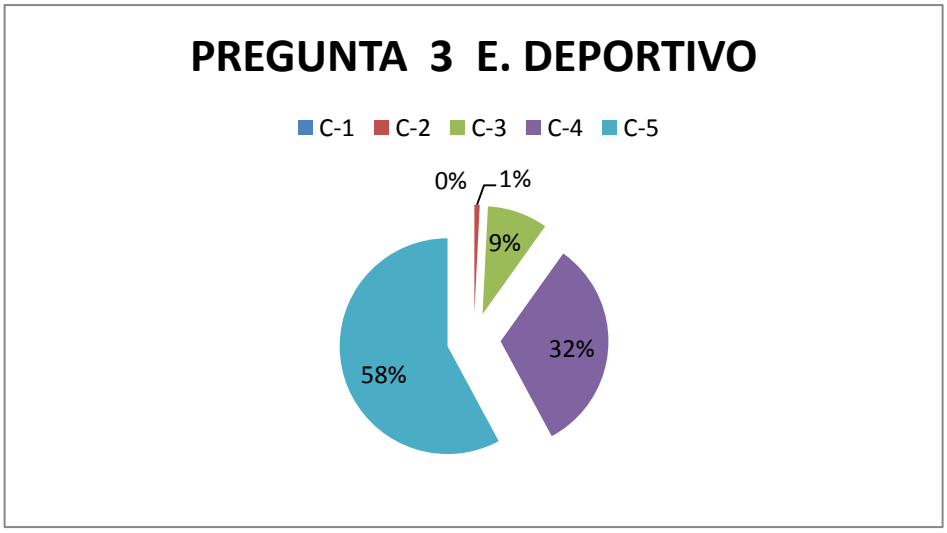
FACTORES	
Que tenga buena imagen y prestigio	84
Buena infraestructura	73
Tecnología de punta	45
Educación de calidad	69
Tradición educativa	51
Disciplina y orden	53
Otros (especifique)	0
TOTAL	375



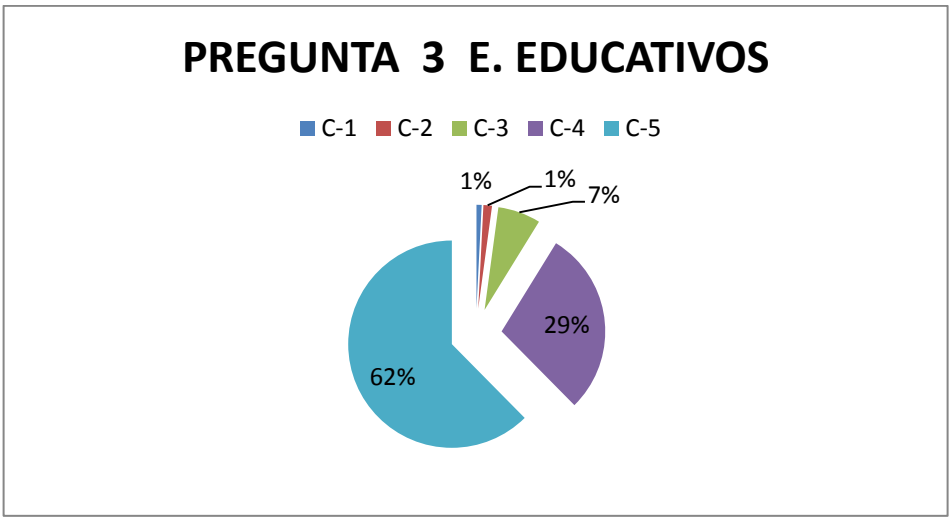
En la pregunta dos consideran importante en primer lugar la buena imagen y el prestigio con un 22% en segundo lugar la buena infraestructura con un 20% y en tercer lugar una educación de calidad con un 18%, estos son los tres puntos más determinantes que lo visualizan como importantes.

3.- ¿Qué tipo de eventos consideras importantes y trascedentes, los cuales deben ser realizados con mayor frecuencia, para que ayuden al fortalecimiento, promoción y difusión de la imagen de tu colegio, califícalos siendo 1 el de menor importancia y 5 el de mayor importancia?

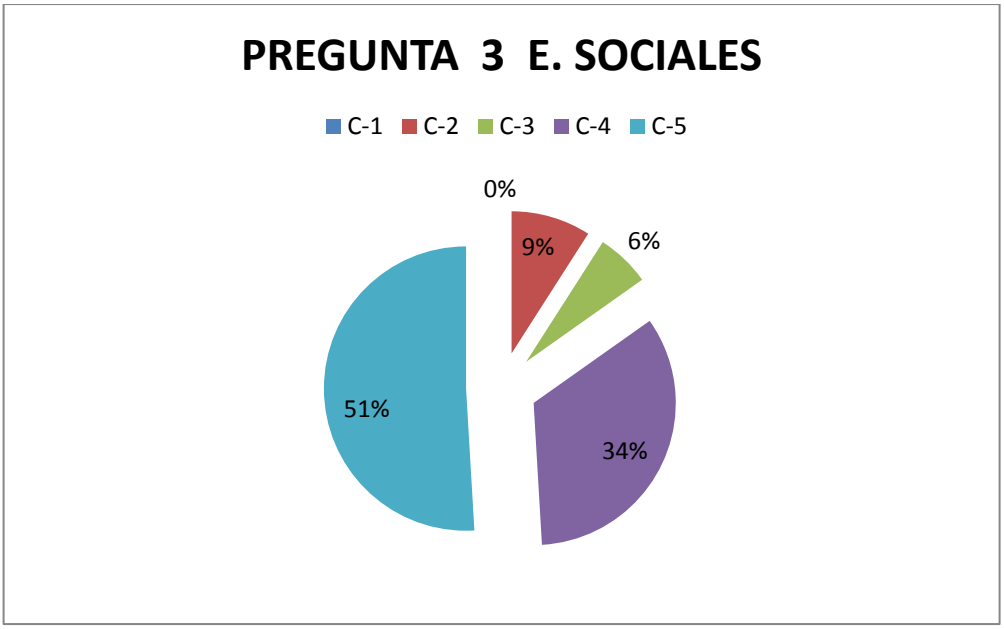
Eventos	C-0	C-1	C-2	C-3	C-4	C-5	Total
Eventos deportivos	0	0	3	34	121	217	375
Eventos educativos	0	3	5	25	108	234	375
Eventos sociales	0	0	34	23	127	191	375
Eventos culturales	0	0	21	20	105	229	375
Otros (especifique)	0	0	0	0	0	0	0



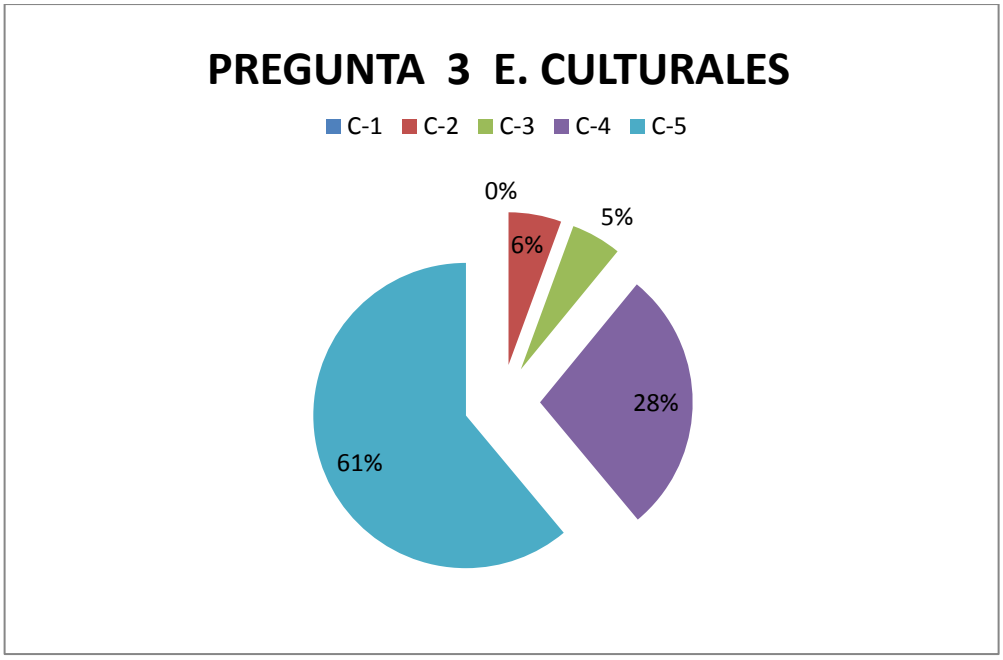
En la pregunta tres consideran importantes a los eventos deportivos con una calificación de 5 representado por un porcentaje del 58%.



En la pregunta tres consideran importantes a los eventos deportivos con una calificación de 5 representado por un porcentaje del 62%.



En la pregunta tres consideran importantes a los eventos deportivos con una calificación de 5 representado por un porcentaje del 51%.

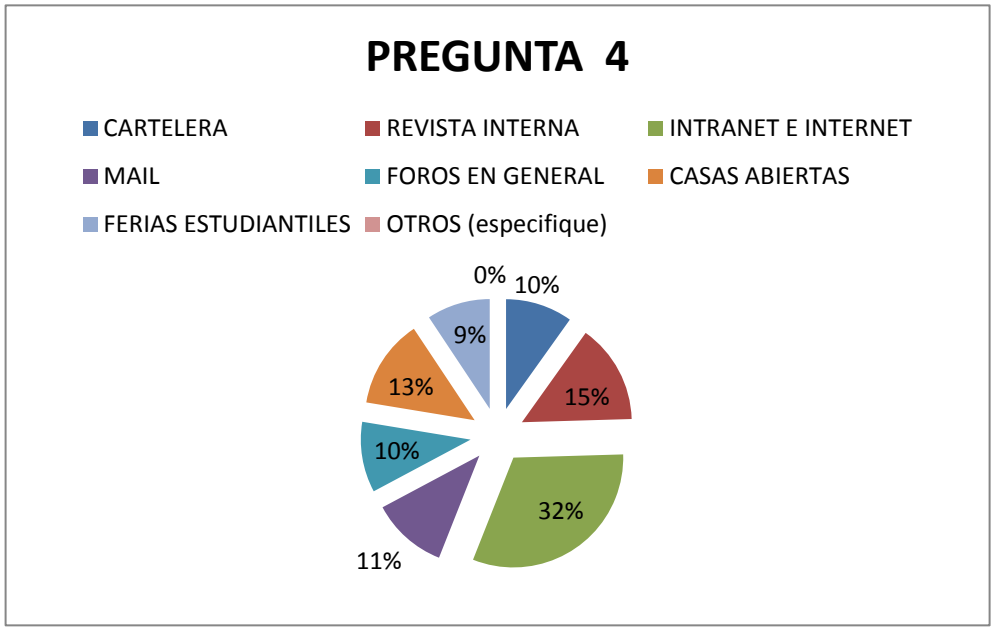


En la pregunta tres consideran importantes a los eventos deportivos con una calificación de 5 representado por un porcentaje del 61%.

4.- ¿Cuál de las siguientes herramientas de comunicación son las que más utilizas para mantenerte informado sobre cualquier cambio o eventualidad que exista en tu colegio, califícalos siendo 1 el de menor importancia y 5 el de mayor importancia?

INSTRUMENTOS Y MECANISMOS DE DIFUSIÓN	
CARTELERA	37
REVISTA INTERNA	55
INTRANET E INTERNET	118
MAIL	42

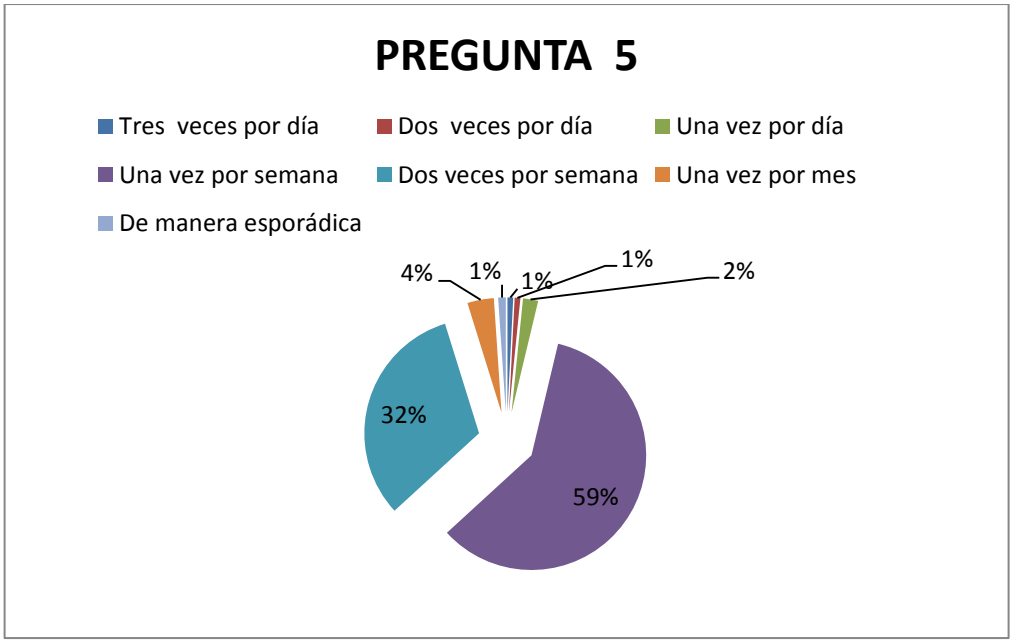
FOROS EN GENERAL	39
CASAS ABIERTAS	49
FERIAS ESTUDIANTILES	35
OTROS (especifique)	0
TOTAL	***375***



En la cuarta pregunta consideran importante a la intranet con un porcentaje del 32% en segundo lugar la revista interna con el 15%, y en tercer lugar las casas abiertas, ferias y eventos de cualquier índole con el 13%.

5.- ¿Con que frecuencia revisas y utilizas los instrumentos de comunicación que posee tu colegio, por favor ponga una “X” en el casillero correspondiente?

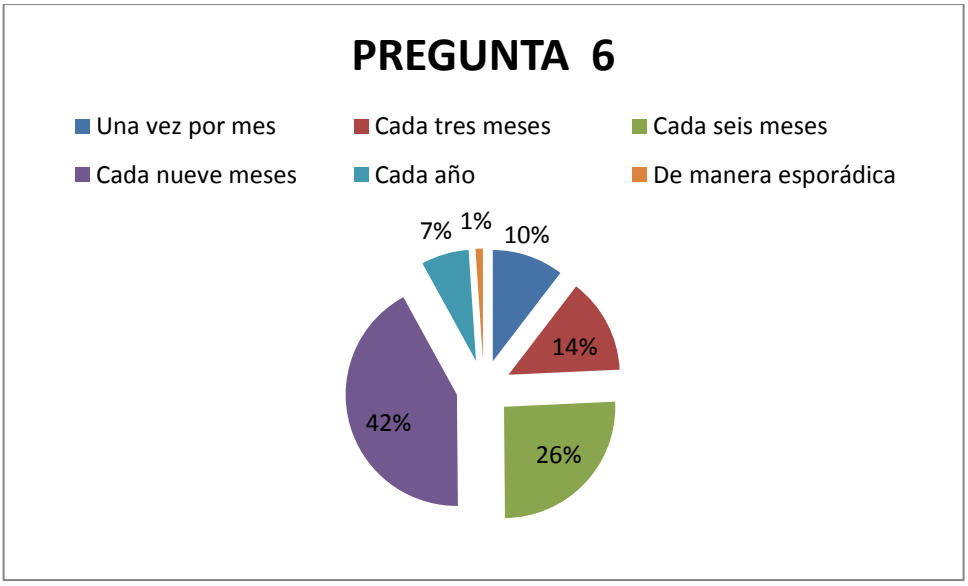
TIEMPO	
Tres veces por día	3
Dos veces por día	3
Una vez por día	8
Una vez por semana	223
Dos veces por semana	120
Una vez por mes	14
De manera esporádica	4
TOTAL	***375***



En la quinta pregunta al momento de consultar a los estudiantes con frecuencias utilizan las herramientas de comunicación la gran mayoría respondió que una vez por semana con un 59%, seguidos de dos veces por semana con un 32%, y en tercer lugar una vez por mes con un 4%. Estos puntos son tomados como referencia, ya que tienen los porcentajes indicadores más altos.

6.- ¿Con que frecuencia consideras tu que se debe realizar algún tipo de campaña promocional, publicitaria o de Relaciones Públicas, para difundir la imagen de tu colegio, por favor pon una "X" en el casillero correspondiente?

TIEMPO	
Una vez por mes	39
Cada tres meses	52
Cada seis meses	96
Cada nueve meses	158
Cada año	26
De manera esporádica	4
TOTAL	***375***



En la sexta pregunta cada qué tiempo consideran viable el realizar una campaña publicitaria o de relaciones públicas en primer lugar se encontró con que cada nueve meses con un 42%, en segundo lugar cada seis meses con un 26%, y en tercer lugar cada tres meses con un 14%.

Después de habernos apoyado en la encuesta para la recolección de la suficiente información, la cual nos permita poder plantear nuestra propuesta que comprende un plan de Relaciones Públicas, el mismo que gestionara, propondrá y establecerá nuevos lineamientos para una mejor promoción, difusión y potenciación de la imagen, ya que con loes resultados que han sido arrojados a través de las dos encuestas a autoridades de los colegios y a padres de familia se saco como conclusión, de que la imagen para ellos es muy importante, y que a más de esto si se encuentran interesados en mejorarlo para que se conviertan en instituciones de elite ante el circulo en el cual ellas se desenvuelven, por eso es que la propuesta que a continuación se planteara si es posible a realizar.

CAPITULO IV

4.1 PROPUESTA PARA LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA RELIGIOSA CATÓLICA SAN LUÍS GONZAGA

La propuesta será estructurada de la siguiente manera: se basará en objetivos planteados los mismos qué serán sustentados y respaldos por un cuadro de estrategias y tácticas que pongan en acción y hagan cumplir los objetivos antes nombrados. Se los ha creado con el fin de mejorar la difusión, promoción y fortalecimiento de la imagen del Colegio San Luis Gonzaga. Todo lo plasmado en el cuadro contiene un carácter diferenciador el cual conlleva a que se viable y tenga éxito en lo que deseamos lograr como es mejorar la imagen que proyectara esta institución educativa, tanto a su público interno como al externo.

Todas estas estrategias y tácticas serán manejadas a través de un presupuesto que se propondrá, sin dejar de lado que se trabajara con un cronograma que determine fechas específicas de ejecución de las estrategias y tácticas. Esta propuesta está realizada para ponerla en ejecución cualquier persona que este encargada de los ámbitos de difusión y promoción del colegio, y de no existir alguien con ese perfil se tendrá que solicitar la contratación de una persona que pueda ejecutar la respectiva propuesta para obtener los resultados positivos que se espera. De esa manera es como se encuentra planteada la propuesta.

4.2 Objetivo general:

Plantear estrategias y tácticas que fortalezcan, difundan y promocionen la Imagen del Colegio San Luis Gonzaga.

4.3 Objetivos específicos:

- Dinamizar las herramientas de comunicación del Colegio San Luis Gonzaga.
- Generar eventos en dónde resalte la participación del Colegio San Luis Gonzaga.
- Implementar programas donde participen y se involucren con la institución los padres de familia del Colegio San Luis Gonzaga.
- Proyectar una imagen positiva, confiable y favorable del Colegio San Luis Gonzaga.
- Gestionar la creación de un área especializada en comunicación, Relaciones Públicas y Publicidad para el Colegio San Luis Gonzaga.
- Gestionar el mejoramiento de la cafetería del Colegio San Luis Gonzaga.

A continuación observaremos el cuadro de estrategias y tácticas antes nombradas, que permitirán el difundir, promocionar y fortalecer la imagen del Colegio San Luis Gonzaga.

4.4 CUADRO DE ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS PARA LA MEJOR PROMOCIÓN, DIFUSIÓN Y FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN DEL COLEGIO RELIGIOSO CATÓLICO SECUNDARIO SAN LUIS GONZAGA.

4.4.1 ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS PARA PADRES DE FAMILIA Y ALUMNOS DEL COLEGIO SAN LUIS GONZAGA

PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS, CUADRO DE ESTRATEGIAS, TÁCTICAS Y ACTIVIDADES PARA PADRES DE FAMILIA Y ALUMNOS		
ESTRATEGIAS	**TÁCTICAS**	**ACTIVIDAD**
Objetivo 1: Dinamizar las herramientas de comunicación del Colegio San Luis Gonzaga.		
E1. Actualizar las herramientas de comunicación que posee el Colegio San Luis Gonzaga.	**E1.T1.** Mejorar la página web del colegio haciéndola más amigable y dinámica.	Se realizará la reestructuración de la página web, para que de esta manera todo el personal que conforma la institución pueda obtener lo que en realidad busca y necesita de ella, con

		la creación de links más avanzados y dinámicos, con información necesaria y atractiva para el que la visita.
	E1.T2. Mejorar la revista interna del colegio, con espacios de actualidad para los estudiantes y padres de familia.	Con la mejora de la revista interna no solamente se busca que los públicos se mantengan informados de los eventos y cronogramas que mantiene el colegio durante el año. Sino vincular a los estudiantes a que puedan expresar lo que viven en el colegio o compartan cualquier información importante y de interés colectivo contemporáneo a su edad, es decir a través de este medio lo podrá hacer en una sección solo para ellos llamada “YO GONZAGA”.
	E1.T3. Mejorar las carteleras que posee el colegio.	Se mejorará las carteleras que posee el colegio, primero aumentándolas en número en todo el campus del colegio, y ubicándolas en lugares estratégicos. Con el afán de que se encuentra a la vista de los que deseen informarse, y tengan la libertad de poder ubicar cualquier tipo de información de interés colectivo en las mismas.
	E1.T4. Gestionar la creación del club de	Se gestionará la creación del club del periodismo del colegio,

	periodismo.	para que de esta manera puedan expresar lo que sienten los estudiantes, y los puedan plasmar a través de las herramientas de comunicación que poseen. Se las visualice, y noten que la institución considera importante su punto de opinión, y que es tomado en cuenta al momento de que se lo publica en cualquiera de estas vías de comunicación.
Objetivo 2: Generar eventos en donde resalte la participación del Colegio San Luis Gonzaga.		
E2. Realizar eventos donde el colegio de a conocer que es una institución que le interesa, su imagen e inclusión con otras instituciones educativas.	**E2.T1.** Organizar un evento cultural con colegios invitados.	Se realizará un concurso de pintura y escultura en el colegio, con el afán de indicar las fortalezas y habilidades de los estudiantes que posean estas capacidades, se invitará a otros colegios otorgándoles un stand donde puedan exponer estas piezas artísticas, al ganador se le otorga un premio por parte del Colegio Gonzaga.
	E2.T2. Organizar un evento deportivo con fines benéficos.	Se realizará un mini campeonato de futbol y básquet, para recolectar fondos para un asilo de ancianos. Se invitará a colegios que deseen participar para este fin benéfico, se

		otorgará medallas y un trofeo a los dos primeros lugares.
	E2.T3. Organizar un evento culinario benéfico por parte de los estudiantes del colegio.	Se realizará un evento culinario, en donde los principales actores sean los estudiantes del colegio. El evento será la creación de un ceviche dantesco, se invitara a todos los padres de familia y amigos que deseen aportar con la causa, la recolección de la venta del ceviche y el cobro de las entradas irá destinado en su totalidad a jóvenes que tienen cáncer en el hospital de SOLCA, el ceviche estará dirigido por chefs voluntarios.
	E2.T4. Organizar un evento musical y académico del colegio e invitados.	Se realizará un evento musical en donde cualquier alumno del Colegio Gonzaga y colegios invitados, qué posean la habilidad de cantar, actuar o tengan un desempeño en las materias de matemáticas, física o química puedan ser participes de este evento, con el fin de demostrar que la música y la habilidad en materias del pensum se llevan bien, son reconocidas y son premiadas, y tienen un alto grado de importancia para la vida de los jóvenes.

	E2.T5. Organizar una maratón para padres, estudiantes del Colegio Gonzaga y colegios invitados.	Se organizará una maratón de inclusión para padres y estudiantes del Colegio Gonzaga e invitados como serán los para padres y alumnos de colegios amigos, el evento tiene como fin integrar a todas la personas que participaran, y demostrar que el Colegio San Luis Gonzaga le interesa la salud y lo fomenta a través del deporte; para que las personas y en especial los jóvenes se interesen por el deporte y no por las drogas.
	E2.T6. Realizar un evento que contribuya con el medio ambiente.	Se recolectará plástico, cartón y pilas inservibles por parte de toda la institución, para que sean trasladadas a un lugar donde le den el tratamiento ecológico apropiado, el estudiante que aporte con mayor de estos artículos será recompensado por las autoridades del colegio.
Objetivo 3: Implementar programas donde participen y se involucren con la institución los padres de familia del Colegio San Luis Gonzaga.		
E3. Fomentar talleres y	**E3.T1.** Crear de manera trimestral la escuela	Se impartirán talleres para padres en donde se les transmita

convivencias para padres de familia.	para padres de familia.	todo el conocimiento para poder educar a sus hijos en la actual sociedad, impartiendo técnicas por parte de especialistas renombrados en el campo. Esto se hace con el fin de que los padres de familia se den cuenta de que el colegio se muestra interesado por la educación en casa y que no están solos la institución les brinda su apoyo
	E3.T2. Crear convivencias espirituales para padres de familia.	Se realizará una vez por año una convivencia espiritual para los padres de familia del Colegio Gonzaga, con el afán de estimular la parte espiritual momento de esta formando a sus hijos. Logrando así que la imagen del colegio frente a los padres de familia no simplemente se vea como institución educativa cualquiera, que solo les interesa formar profesionales, sino de formarlos también con valores y potencialidades intangibles.

4.4.2 ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS PARA PERSONAL DOCENTE Y ADMINISTRATIVO DEL COLEGIO SAN LUIS GONZAGA

PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS, CUADRO DE ESTRATEGIAS, TÁCTICAS Y ACTIVIDADES PARA DOCENTES Y PERSONAL ADMINISTRATIVO		
ESTRATEGIAS	**TÁCTICAS**	**ACTIVIDAD**
Objetivo 4: Proyectar una imagen positiva, confiable y favorable del Colegio San Luis Gonzaga.		
E4. Realizar un programa de apertura de becas para los mejores estudiantes que apliquen y se postulen a la misma.	**E4.T1.** Dar inicio, con el apoyo de un evento al programa para promocionar las becas que ofrece el colegio.	El Colegio San Luis Gonzaga dará inicio al programa de becas, con el fin de que estudiantes de bajos recursos económicos puedan ingresar y obtener la posibilidad de estudiar en una institución educativa de prestigio y tradición. Esta opción de ingreso al colegio se la realizará con un evento ubicado en las

		instalaciones del colegio, las personas que se encuentren interesadas de acceder a esta opción tendrán que escribirse a través de la página web. Indicara que se encuentra interesado y desea asistir, con eso reservará su puesto en la charla que se les brindara el día del evento, para otorgar toda la información que requieran los postulantes.
Objetivo 5: Gestionar la creación de un área especializada en comunicación, Relaciones Públicas y Publicidad para el Colegio San Luis Gonzaga.		
E5. Gestionar la implementación de un área específica de promoción, difusión y fortalecimiento de la imagen.	**E5.T1.** Gestionar la creación del área, de manera física e intelectual, la cual tenga las funciones de velar por la imagen organizacional de la institución mantener de manera adecuada los canales de comunicación y procesos organizacionales.	Se escogerá a través del área de recursos humanos a un Relacionista Público un diseñador, y un publicista. El mismo que después de pasar el proceso de selección por parte del área de recursos humanos, se pondrán al frente del manejo de la imagen, comunicación organizacional, promoción y difusión del colegio. Ellos serán los encargados de innovar y dinamizar la imagen de la institución, y mantenerla a la vanguardia con estrategias y tácticas, para poder afrontar cualquier tipo de contingencia que atraviese el colegio, verse bien frente a sus

		públicos y tener una comunicación interna adecuada.
Objetivo 6: Gestionar el mejoramiento de la cafetería del Colegio San Luis Gonzaga.		
E6. Mejorar las instalaciones de la cafetería del colegio.	**E6.T1.** Crear una propuesta para modernizar la cafetería del colegio.	Se gestionará la modernización de la cafetería del colegio, para que los estudiantes tengan un área de esparcimiento adecuada con todas las comodidades que deba tener una cafetería moderna con productos alimenticios nutritivos y atención de primera para los estudiantes.

4.4.3 EVALUACIÓN E INDICADORES DE MEDICIÓN DE OBJETIVOS.

OBJETIVO	TIPO DE OBJETIVO	MECANISMO DE EVALUACIÓN	INDICADOR
Dinamizar las herramientas de comunicación del Colegio San Luis Gonzaga.	Informativo	Test Piloto	Feedback
Generar eventos en donde resalte la participación del Colegio San Luis Gonzaga.	Informativo	Encuesta	Número de impactos positivos y negativos
Implementar programas donde participen y se involucren con la institución los padres de familia del Colegio San Luis Gonzaga.	informativo	Discurso	Número de impactos positivos y negativos
Proyectar una imagen positiva, confiable y favorable del Colegio	Persuasivo	Encuesta	Número de impactos positivos y

San Luis Gonzaga.			negativos
Gestionar la creación de un área especializada en comunicación, Relaciones Públicas y Publicidad para el Colegio San Luis Gonzaga.	Persuasivo	Encuesta	Porcentajes de aceptación del beneficiarios
Gestionar el mejoramiento de la cafetería del Colegio San Luis Gonzaga.	Persuasivo	Encuesta	Número de impactos positivos y negativos

4.4.4 EVALUACIÓN E INDICADORES DE MEDICIÓN DE ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS.

ESTRATEGIA	TÁCTICA	RESPONSABLE	CRONOGRAMA	INDICADORES DE MEDICIÓN	EVALUACIÓN
E1. Actualizar las herramientas de comunicación que posee el Colegio San Luis Gonzaga.	**E1.T1.** Mejorar la página web del colegio haciéndola más amigable y dinámica.	Departamento de sistema, diseñador web Creativo.	Octubre - 2011	Porcentual	Encuesta
	E1.T2. Mejorar la revista interna del colegio, con espacios de actualidad para los estudiantes y padres de familia.	Diseñador web Creativo, Relacionista, Publicista.	Enero - 2012	Porcentual	Encuesta

	E1.T3. Mejorar las carteleras que posee el colegio.	Personal administrativo, Diseñador de interiores.	Febrero - 2012	Porcentual	Encuesta
	E1.T4. Gestionar la creación del club de periodismo.	Personal administrativo, docentes y estudiantes del colegio.	Octubre - 2011	Número de participantes	Cambios de comportamiento en los estudiantes
E2. Realizar eventos donde el colegio de a conocer que es una institución que le interesa, su imagen e inclusión con otras instituciones	**E2.T1.** Organizar un evento cultural con colegios invitados.	Docentes y estudiantes.	Marzo - 2012	Número de participantes	Conteo de asistentes
	E2.T2. Organizar un evento deportivo con fines benéficos.	Docentes y estudiantes.	Abril - 2012	Número de participantes	Conteo de asistentes

educativas.	**E2.T3.** Organizar un evento culinario benéfico por parte de los estudiantes del colegio.	Docentes, estudiantes y personal.	Mayo - 2012	Número de participantes	Conteo de asistentes
	E2.T4. Organizar un evento musical y académico del colegio e invitados.	Docentes y estudiantes.	Marzo - 2012	Número de participantes	Conteo de asistentes
	E2.T5. Organizar una maratón para padres, estudiantes del Colegio Gonzaga y colegios invitados.	Personal administrativo, docentes, estudiantes y padres de familia	Mayo - 2012	Número de participantes	Conteo de asistentes

	E2.T6. Realizar un evento que contribuya con el medio ambiente.	Personal administrativo, docentes, estudiantes y padres de familia	Junio - 2012	Número de participantes	Conteo de asistentes
E3. Fomentar talleres y convivencias para padres de familia.	**E3.T1.** Crear de manera trimestral la escuela para padres de familia.	Docentes, conferencistas y padres de familia.	Noviembre - 2011	Focus Group	Sondeo
	E3.T2. Crear convivencias espirituales para padres de familia.	Sacerdotes, docentes, conferencistas y padres de familia.	Enero - 2012	Focus Group	Sondeo
E4. Realizar un programa de apertura de becas para los mejores estudiantes que	**E4.T1.** Dar inicio, con el apoyo de un evento al programa para promocionar las	Personal administrativo y docente.	Julio - 2012	Número de participantes	Conteo de asistentes

apliquen y se postulen a la misma.	becas que ofrece el colegio.				
E5. Gestionar la implementación de un área específica de promoción, difusión y fortalecimiento de la imagen.	**E5.T1.** Gestionar la creación del área, de manera física e intelectual, la cual tenga las funciones de velar por la imagen organizacional de la institución mantener de manera adecuada los canales de comunicación y procesos organizacionales.	Personal administrativo.	Agosto – 2012	Porcentual	Encuesta

E6. Mejorar las instalaciones de la cafetería del colegio.	**E6.T1.** Crear una propuesta para modernizar la cafetería del colegio.	Personal administrativo y congregación Jesuita.	Agosto – 2012	Número de participantes	Conteo de asistentes

Una vez realizado el cuadro de estrategias y tácticas se propondrá un cronograma para que las actividades lleven un orden cronológico adecuado. Sobre esto también se procederá a detallar los costos por actividad, de esta manera todo lo planteado se encontrará bien estructurado y con orden.

4.5 CRONOGRAMA PARA LA PROPUESTA DE LA DIFUSIÓN, PROMOCIÓN Y FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN DEL COLEGIO SAN LUIS GONZAGA.

OBJ.	EST.	TAC.	ACT.	oct-11	nov-11	dic-11	ene-12	feb-12	mar-12	abr-12	may-12	jun-12	jul-12	ago-12
OBJ 1	E1	E1.T1.	act 1	X										
		E1.T2.	act 2				X							
		E1.T3.	act 3					X						
		E1.T4.	act 4	X										
OBJ 2	E2	E2.T1.	act 1						X					
		E2.T2.	act 2							X				
		E2.T3.	act 3								X			
		E2.T4.	act 4						X					
		E2.T5.	act 5								X			
		E2.T6.	act 6									X		
OBJ 3	E3	E3.T1.	act 1		X									
		E3.T2.	act 2				X							
OBJ 4	E4	E4.T1.	act 1										X	
OBJ 5	E5	E5.T1.	act 1											X
OBJ 6	E6	E6.T1.	act 1											X

4.6 PRESUPUESTO PARA LA PROPUESTA DE LA DIFUSIÓN, PROMOCIÓN Y FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN DEL COLEGIO SAN LUIS GONZAGA.

OBJETIVO	ESTRATEGIA	TÁCTICA	ACTIVIDAD	COSTO
OBJETIVO 1	E1	E1.T1.	actividad 1	3000
		E1.T2.	actividad 2	1250
		E1.T3.	actividad 3	890
		E1.T4.	actividad 4	500
OBJETIVO 2	E2	E2.T1.	actividad 1	125
		E2.T2.	actividad 2	134
		E2.T3.	actividad 3	1050
		E2.T4.	actividad 4	210
		E2.T5.	actividad 5	900
		E2.T6.	actividad 6	80
OBJETIVO 3	E3	E3.T1.	actividad 1	400
		E3.T2.	actividad 2	550
OBJETIVO 4	E4	E4.T1.	actividad 1	620
OBJETIVO 5	E5	E5.T1.	actividad 1	2400
OBJETIVO 6	E6	E6.T1.	actividad 1	12300
TOTAL				**$ 24409**

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

- El Colegio San Luis Gonzaga una Institución Educativa Religiosa Católica de la ciudad Quito con un alrededor de 50 años al servicio de la comunidad. Es el encargado de formar hombres que puedan afrontar retos académicos y profesionales acompañados también de la mano por valores impartidos durante su formación académica, es decir forman profesionales íntegros con una alta calidad humana.
- En un mundo globalizado y con cambios vanguardista, se encontró que la imagen juega un papel muy importante, y estas organizaciones no son la excepción. Esto debe ser tomado con toda la atención que esta requiera, sino se desea manejar a través de medios de comunicación como es el caso del Colegio San Luis Gonzaga deberá ser explotada en otros ámbitos como se los resaltó en el cuadro anterior de estrategias y tácticas.
- En el Colegio San Luis Gonzaga no se han realizado eventos apropiados los cuales permitan que la imagen se encuentre en niveles óptimos, y se modernice con el pasar del tiempo, dando paso así a su desactualización.
- Las herramientas de comunicación que poseen no se encuentran atractivas a su público actual, y a los que podrían llegar a ser sus públicos. las herramientas de comunicación no son entes aislados son dinámicos y la cara de la organización.

- Todos los públicos involucrados fueron de gran aporte, ya qué sin escuchar sus requerimientos no se hubiese podido generar la propuesta planteada, con sus sugerencias es donde empezamos a detectar de que manera tenemos que empezar a actuar y qué se debe hacer ante la problemática.
- La imagen del Colegio San Luis Gonzaga siempre estará basada en dar para ser mejores, es su principio, y que los conocimientos que se impartan son para beneficio colectivo con un carácter social. Sin dejar de lado los valores y el infinito Amor a Dios que debe tener un estudiante Ignaciano.

5.2 RECOMENDACIONES

- Se recomienda que su imagen debe estar siempre sustentada con la tradición educativa que ellos la han ido transmitiendo a través de los años. Con estos valores lograron formar profesionales que enfrenten nuevos retos, su experiencia educativa es un pilar de su imagen.
- Para enfrentar cambios vanguardista de la imagen en un mundo globalizado lo que se recomienda es generar un Plan de Relaciones Públicas el cual vele por la imagen de la institución y la mantenga actualizada.
- Las estrategias y las tácticas creadas en esta propuesta son elásticas una vez puestas en funcionamiento con el pasar del tiempo deben ser modernizadas y actualizadas, para que de esta manera no frene el crecimiento continuo de la imagen del Colegio San Luis Gonzaga.
- Debe siempre ser escuchado el público interno, para que se sienta incluido en la toma de decisiones referente al colegio, se sienta identificado con la organización se genere un sentido de pertenencia, y tengan siempre muy claro de que todos forman parte del constructo de la imagen del Colegio San Luis Gonzaga.
- Se debe realizar los eventos que sean necesarios, para sacar a relucir el tipo de profesionales altamente competitivos que forma el colegio; con valores humanos y espirituales, y que con estos valores se encuentran interesados los estudiantes en ser un aporte a la sociedad, en el instante que se enfrentan al mundo real.

5.3 ANEXOS

HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN

ANEXO 1 Página web

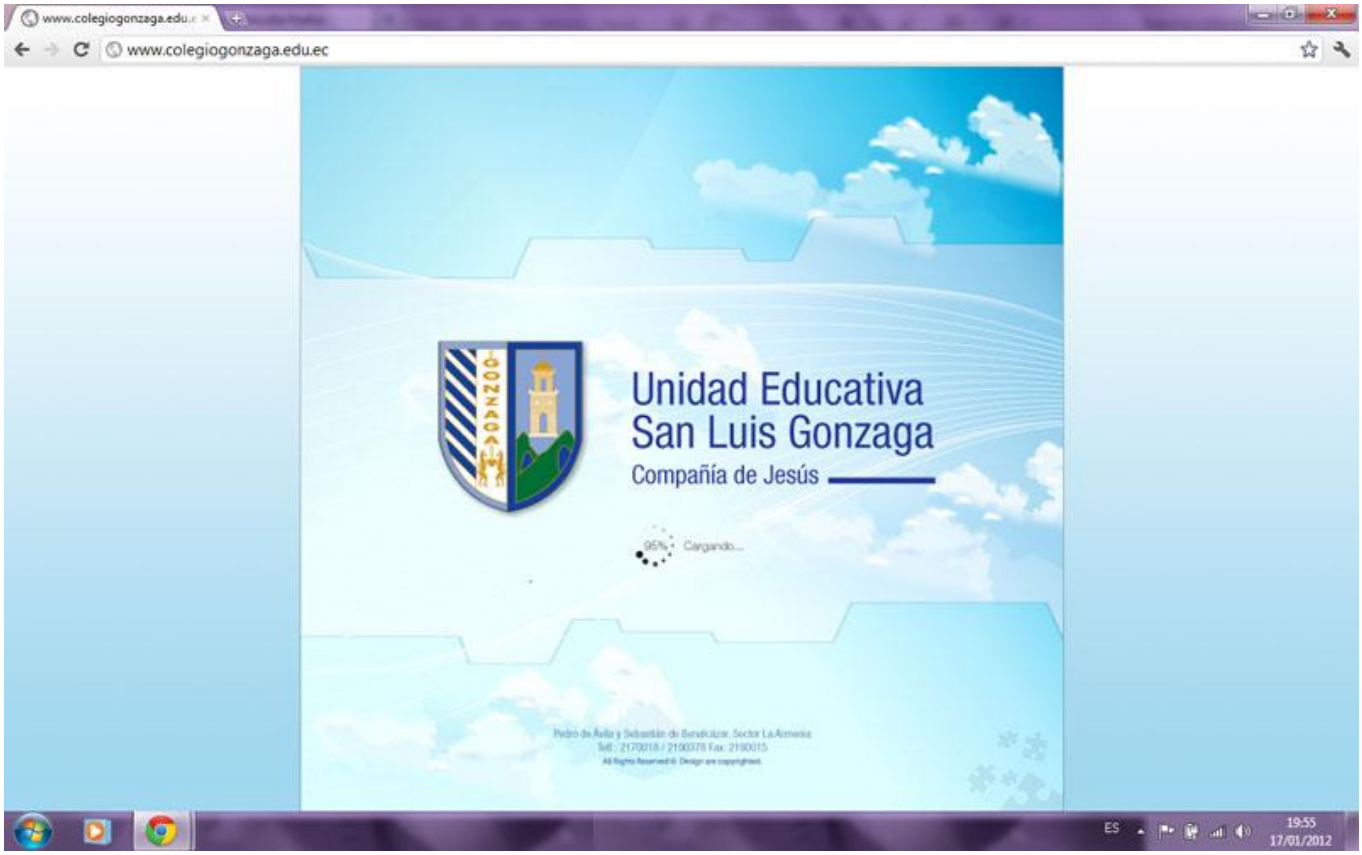
VISTA 1, PÀGINA WEB:

VISTA 2, PÀGINA WEB:

VISTA 3, PÀGINA WEB:

VISTA 4, PÁGINA WEB:

VISTA 5, PÀGINA WEB:



- **ANEXO 2, AFICHES.-**

PROGRAMA BECAS DE EXCELENCIA

Unidad Educativa
San Luis Gonzaga

Invitamos a jóvenes entre 14 a 18 años, a postularse al Programa de Becas de Excelencia, para iniciar estudios de Idioma Extranjero en el año 2012.

- **ANEXO 3, CARTELERA.-**

- **ANEXO 4 REVISTA.-**

VISTA 1, REVISTA PORTADA:

VISTA 2, REVISTA CONTENIDO:

enero contenidos

20 Manualidades divertid

18 Niños y la tecnología: Cada vez el contacto es a más temprana edad

Sección 1
10 Tema 1
14 Tema 2
16 Tema 3
18 Tema 4

Sección 2
20 Tema 1
24 Tema 2
26 Tema 3
28 Tema 4

Sección 3
30 Tema 1
34 Tema 2

30 ¿Qué distractores puede haber en un aula?

Mucho más en
www.colegiogonzaga.edu.ec

Todos Podemos Ayudar

Lorem Ipsum is simply dummy text of the printing and typesetting industry. Lorem Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s, when an unknown printer took a galley of type and scrambled it to make a type specimen book. It has survived not only five centuries, but also the leap into electronic typesetting, remaining essentially unchanged. It was popularised in the 1960s with the release of Letraset sheets containing Lorem Ipsum passages, and more recently with desktop publishing software like Aldus PageMaker including versions of Lorem Ipsum.

Lorem Ipsum is simply dummy text of the printing and typesetting industry. Lorem Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s, when an unknown printer took a galley of type and scrambled it to make a type specimen book. It has survived not only five centuries, but also the leap into electronic typesetting, remaining essentially unchanged. It was popularised in the 1960s with the release of Letraset sheets containing Lorem Ipsum passages, and more recently with desktop publishing software like Aldus PageMaker including versions of Lorem Ipsum.

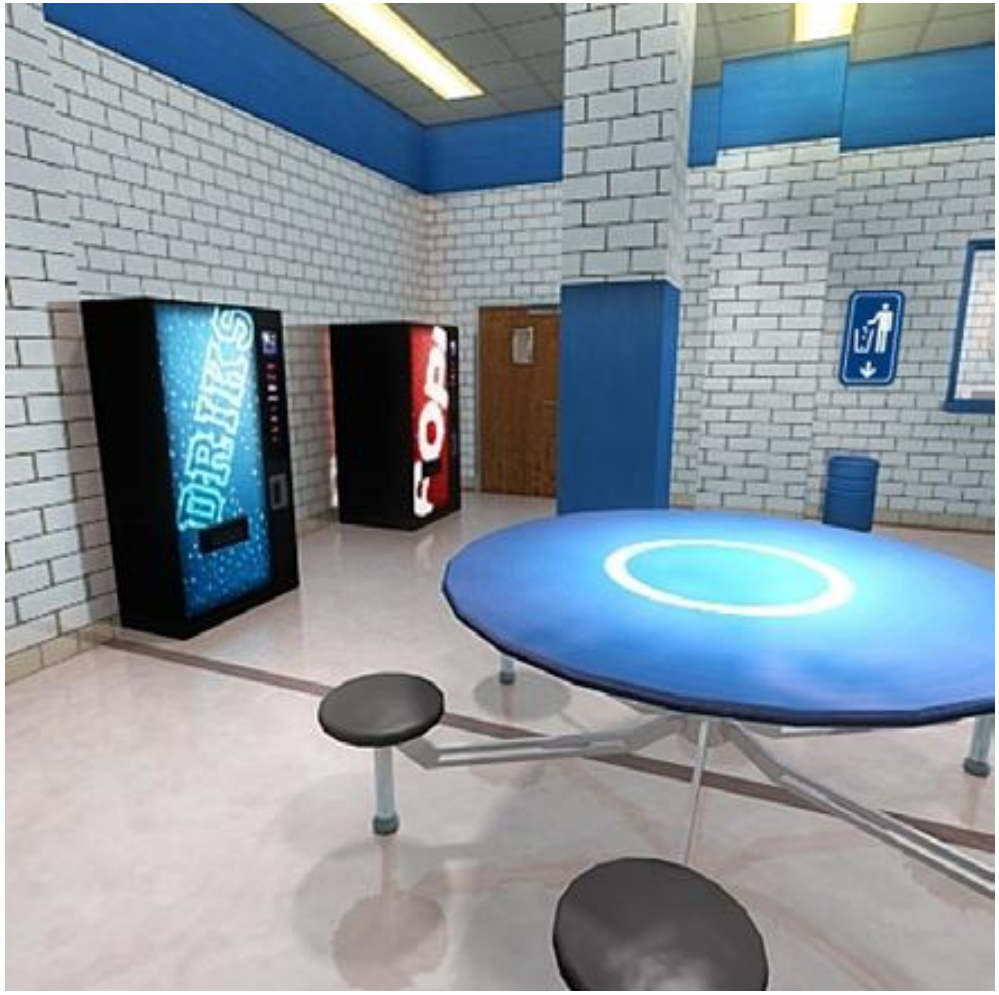
Lorem Ipsum is simply dummy text of the printing and typesetting industry. Lorem Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s, when an unknown printer took a galley of type and scrambled it to make a type specimen book. It has survived not only five centuries, but also the leap into electronic typesetting, remaining essentially unchanged. It was popularised in the 1960s with the release of Letraset sheets containing Lorem Ipsum passages, and more recently with desktop publishing software like Aldus PageMaker including versions of Lorem Ipsum.

VISTA 3, REVISTA PORTADA 3D:

- **ANEXO 5 CAFETERÍA COLEGIO SAN LUIS GONZAGA.- VISTA 1, CAFETERÍA:**

VISTA 2, CAFETERÍA:

VISTA 3, CAFETERÍA:



VISTA 4, CAFETERÍA:

VISTA 5, CAFETERÍA:

5.4 BIBLIOGRAFÍA

- ARANEO, PAULA. El poder de la comunicación institucional II. Imagen. Buenos Aires, 2001.
- BARTHES Roland, " La imagen" en Lo obvio y lo obtuso, Paidós, Barcelona, 1995.
- BENTON Debra, "Cómo Vender la Propia Imagen. Utilice sus cualidades humanas para mejorar profesionalmente", Editorial Grijalbo, Barcelona, España, 1993.
- BLACK, Sam. ABC de las Relaciones Públicas. Madrid, Gestión, 2000
- CAPRIOTTI, PAUL.: " Planificación estratégica de la imagen corporativa". Ariel, Barcelona 1999.
- Características de la "Educación de la Compañía de Jesús", 1986, y "Pedagogía Ignaciana, UN planteamiento practico 1993.
- CHAVES Norberto, "La imagen corporativa". Gustavo Gili, Barcelona 1998.
- Congregación para la Educación Católica, *La escuela católica en los umbrales del tercer milenio*, 28/12/1997.
- Extracto y edición del documento "Los Jesuitas en el Ecuador".
- FERRARI, María Aparecida (2004): "Nuevos Aportes de Relaciones Públicas para el siglo XXI". Argentina.
- FISHEL CATHERINE, Rediseño de la imagen corporativa. Barcelona: Gustavo Gili 2000.
- HERNÁNDEZ SAMPIERI Roberto, "Metodología de la investigación" Cuarta Edición, Editorial Mc Graw Hill.

- LACASA, S, Antonio.: "Gestión de la Comunicación empresarial". Gestión 2000. Madrid, 2004.
- LATTIMORE Dan, “Relaciones Públicas profesión y practica”, Mc Graw Hill, Segunda edición, México 2007.
- LOSADA DÍAZ, José Carlos (Coord.): "Gestión de la comunicación en las organizaciones". Ariel, Barcelona, 2004.
- MARC, E. y Picard, D. La interacción social. Cultura, instituciones y comunicación. Paidós. Bs. As.
- MARTÍNEZ SÁNCHEZ, J.L, La imagen en desarrollo para el siglo XXI, IEPALA, Madrid, 1998.
- MARTINEZ SOLANA, Yolanda.: "La comunicación institucional: análisis de sus problemas y soluciones". Fragua, Madrid, 2004.
- MEMELSDORF F, Diseño: empresa & Imagen, problemas & soluciones. Barcelona 1984.
- MONUMENTA H.S.I Monumenta peruana, Editorial San Pedro, primera edición
- PADILLA C., René. Nuevas Alternativas de Educación Teológica. Editorial Nueva Creación. Buenos Aires, Argentina. 1986.
- POZO LITE, Marisa del.: "Cultura empresarial y comunicación interna. Su influencia en la gestión estratégica". Fragua, Madrid, 1997.
- RAMAL Andrea Cecilia, “Carta San Ignacio de Loyola a un educador de hoy” Primera Edición, Editorial AEDIP.

- REGOUBY Christian. La Comunicación Global. Cómo construir la Imagen de una Empresa". Ediciones Gestión, Barcelona, España, 1988.
- Revista “Colegio San Luis Gonzaga”, cincuenta años de presencia educativa, Editorial Ideaz.
- SANZ DE LA TAJADA, Luís (1990) Integración de la Identidad y la Imagen de la empresa: desarrollo conceptual y aplicación práctica. ESIC Editorial, España.
- VAAMONDE, L.M., Técnicas de comunicación hoy 2, Ed. MacGraw-Hill, Madrid 1994.
- VILLAFAÑE, J.: "Imagen positiva. Gestión estratégica de la imagen en las empresas". Pirámide, Madrid, 1993.
- WILCOX Dennis, “Relaciones Públicas Estrategias y Tácticas”, Pearson Addison Wesley, Sexta edición, España 2004.
- www.slideshare.com
- www.uji.es.com
- XIFRA Jordi. “Teoría y Estructura de las Relaciones Públicas”. Madrid, McGraw Hill/Interamericana.
- ZAPATA, Junior. “Diez palabras del Nuevo Testamento que se usan para describir el concepto de Educación”, Convención de Educadores Evangélicos ACSI, Santiago, Chile, 2001.
- ZUNZUNEGUI, Santos. Pensar la imagen. Cátedra/universidad del País Vasco, España, 1998.