



**AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS
EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV**

Código : F08-PP-PR-02.02
Versión : 09
Fecha : 23-03-2018
Página : 1 de 1

Yo Diana Elizabeth Becerra Ruiz....., identificado con DNI N° 70039770,
egresado de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la
Universidad César Vallejo, autorizo (X) , No autorizo () la divulgación y
comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado
"Plan de Comunicación Alternativa para el fortalecimiento del valor de la puntualidad en estudiantes
de la I.E. Julio Gutiérrez Solari"; en el Repositorio Institucional de la UCV
(<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822,
Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

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

FIRMA

DNI: 70039770.....

FECHA: 19 de Julio del 2019.



Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	---------------------------------



**AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DETESIS
EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV**

Código : F08-PP-PR-02.02
Versión : 09
Fecha : 23-03-2018
Página : 1 de 1

Yo Cristhian Jonel Tejada Namoc....., identificado con DNI N° 70265029....., egresado de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, autorizo () , No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "Plan de comunicación alternativa para el fortalecimiento del valor de la puntualidad en estudiantes de la I. E. Julio Gutiérrez Solari"; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

FIRMA

DNI: 70265029.....

FECHA: 19 de Julio del 2019.



Elaboró

Dirección de Investigación

Revisó

Responsable del SGC



Vicerectorado de Investigación



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PLAN DE COMUNICACIÓN ALTERNATIVA PARA EL FORTALECIMIENTO DEL
VALOR DE LA PUNTUALIDAD EN ESTUDIANTES DE LA I.E. JULIO GUTIERREZ
SOLARI, EL MILAGRO- HUANCHACO.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

AUTORES:

Becerra Ruiz, Diana Elizabeth (<https://orcid.org/0000-0001-9763-2458>)

Tejada Namoc, Cristhian Jonel (<https://orcid.org/0000-0002-6848-3542>)

ASESORES:

Beltrán Peláez, Giovanna Maryurith (<https://orcid.org/0000-0001-9149-3055>)

Gálvez Carrillo Rosa Patricia (<https://orcid.org/0000-0002-4612-109>)

LINEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

Trujillo – Perú

2019

DEDICATORIA

El presente trabajo lo dedicamos principalmente a Dios, por ser el inspirador y darnos fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados.

A nuestros padres, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes hemos logrado llegar aquí y convertirnos en lo que somos.

AGRADECIMIENTO

A nuestras familias, por habernos dado la oportunidad de formarnos en esta prestigiosa universidad y haber sido nuestro apoyo durante todo este tiempo.

Y de manera especial a nuestros tutores de tesis, por guiarnos, no solo en la elaboración de este trabajo de titulación, sino a lo largo de nuestra carrera universitaria y brindarnos su apoyo para desarrollarnos profesionalmente y seguir cultivando nuestros valores.

PÁGINA DE JURADO



DRA: ROSA PATRICIA

GÁLVEZ CARRILLO

PRESIDENTE



MG: GIOVANNA BELTRÁN

PELÁES

SECRETARIO




MG: DANIEL OBLITAS PINILLOS

VOCAL

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Becerra Ruiz Diana Elizabeth, con DNI 70039770 y Tejada Namoc Cristhian Jonel, con DNI 70265029, a efecto de cumplir las disposiciones vigentes consideradas en el reglamento del Grado y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias de la Comunicación, declaramos bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtico. Así mismo, declaramos también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces. En tal sentido, asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento y omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Trujillo, Julio del 2019


TEJADA NAMOC CRISTHIAN JONEL
DNI 70265029


BECERRA RUIZ DIANA ELIZABETH
DNI 70039770

RESUMEN

Hablar del Valor de la puntualidad es un tema que en su mayoría muchas personas deben mejorar, ser puntuales muestra personalidad, orden y eficacia, ser puntuales nos ayuda también en nuestras actividades diarias y a la vez ser merecedores de la confianza. Es por eso que nos interesó trabajar con estudiantes que se encuentran envueltos en este problema, ayudándoles a fortalecer el valor de la puntualidad a través de un programa.

El objetivo de este estudio fue realizar un plan de comunicación alternativa para fortalecer el valor de la puntualidad en los estudiantes, con el fin de descubrir las diferentes causas a lo que conllevan a los estudiantes llegar tarde y ayudarlos en su proceso del cambio, como ya antes mencionado esto se llevara a cabo a través de un programa que forma parte del plan de comunicación alternativa.

Los resultados obtenidos mostraran si los estudiantes comprendieron lo importante que es ser puntuales y debe ser aplicado en su vida cotidiana.

Teniendo en cuenta esta investigación se recomienda buscar otras alternativas que permitan seguir fortaleciendo este valor, para muchos no puede ser tan importante, pero ser puntuales muestra que uno se encuentra preparado para cumplir o asumir responsabilidades.

Palabras claves: Valor, puntualidad, plan de comunicación.

ABSTRACT

Talking about the Value of punctuality is an issue that most people must improve, being punctual shows personality, order and efficiency, being punctual also helps us in our daily activities and at the same time be deserving of trust. That is why we were interested in working with students who are involved in this problem, helping them to strengthen the value of punctuality through a program.

The objective of this study was to make an alternative communication plan to strengthen the value of punctuality in the students, in order to discover the different causes that lead to students being late and help them in their process of change, as already mentioned this will be done through a program that is part of the alternative communication plan.

The results obtained will show if the students understood how important it is to be punctual and should be applied in their daily life.

Taking into account this research, it is recommended to look for other alternatives that allow to continue strengthening this value, for many it may not be so important, but to be punctual shows that one is prepared to fulfill or assume responsibilities.

Keywords: Value, punctuality, communication plan, alternative communication.

ÍNDICE

I. INTRODUCCIÓN.....	9
II. MÉTODO.....	26
2.1. Diseño de investigación.....	26
2.2. Escenario de estudio.	26
2.3. Participantes.....	26
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.	27
2.5. Procedimientos.....	27
2.6. Método de análisis de información.....	28
2.7. Aspectos éticos.....	28
III. RESULTADOS.....	28
- RESULTADO 1	28
- RESULTADO 2	35
- RESULTADO 3	41
- RESULTADO 4	64
IV. DISCUSIÓN.....	66
V. CONCLUSIONES.....	70
VI. RECOMENDACIONES	71
VII. REFERENCIA.....	72
ANEXOS	75

I. INTRODUCCIÓN

La base de toda sociedad son los valores que se siembran en la infancia y se desarrollan en la persona a medida que se convierte en adultos. Sin embargo, hoy en día se habla de una verdadera crisis de valores, que crea conductas nocivas y mantienen en el subdesarrollo a países como el nuestro.

Uno de los valores sobre el que existe una crisis marcada en nuestra sociedad peruana, es la puntualidad. Este valor es una costumbre arraigada en Perú, la cual incluso afirman forma parte de nuestra identidad nacional (Cámere, 2016). Cada uno percibe el tiempo de una manera diferente. En cualquier caso, el ser humano establece un vínculo entre su percepción del tiempo y la puntualidad o impuntualidad. Si las circunstancias confluyen para que entienda que el tiempo es un recurso muy limitado y valioso, seguro que tratará de ser muy preciso con los horarios. En cambio, si su valoración del tiempo no es tan alta, verá en las horas exactas una limitación.

Lo cierto es que, llegar tarde puede causar problemas tanto a los impuntuales como a los que están obligados a esperarlos; por lo que es necesario erradicar dicha conducta.

En ese sentido, la escuela ha sido desde siempre una constructora de valores y competencias, por ello se le considera idónea para su transmisión, pues se tiene la convicción de que son los valores, los que van a construir la personalidad de los estudiantes (La Rosa, 2014).

Es claro que el principal objetivo para los colegios y centros educativos es ofrecer la mejor educación, a través de diversos planes de estudio que formen ciudadanos integrales capaces de crear una sociedad más crítica y mejor preparada. No importa el grado escolar, lo realmente valioso es que el sector educativo sea capaz de aportar un valor verdadero a la sociedad, transmitiendo conocimientos y buenas acciones a sus alumnos (Gutiérrez, 2017, p.12).

La incorporación de la mirada desde la comunicación hacia la formación y compartimiento de los valores, así como a la consolidación de la identidad, es una tarea inminente en el marco de las instituciones educativas si en verdad estas quieren desarrollarse y, desde ellas, preservar, desarrollar y difundir cultura como respuesta a su encargo social.

A lo largo de su historia la Institución Educativa Julio Gutiérrez Solari ha buscado ser y mantenerse como una institución de alto nivel educativo y excelencia académica. Resultado de ello han sido los reconocimientos y acreditaciones que le permiten demostrar que sus servicios son de una gran calidad.

Sin embargo, lo que ha llevado al desarrollo de esta investigación son los altos índices de tardanza que reportan principalmente las secciones del nivel secundario de la Institución Educativa, en especial, el salón de tercer grado de dicho nivel; situación de la que las autoridades institucionales han tratado de tomar control, pero sin éxito en los resultados, y es que la institución educativa, no ha logrado abordar una gestión de la comunicación eficiente, ni ha desarrollado acciones y procedimientos que contribuyan a la creación de espacios permanentes de información, participación y opinión, los cuales faciliten la integración entre las realizaciones personales e institucionales, fortalezcan la cohesión entre sus miembros y, con ello, fomenten valores que los identifiquen.

El trabajo se basó en la realización de un plan de comunicación para el fortalecimiento del valor de la puntualidad en los estudiantes, y que ello conlleve a la mejora de dicho valor en los padres de familia, docentes, autoridades institucionales y a mediano plazo impacte en los moradores del centro poblado El Milagro.

Sobre el proyecto desarrollado, no se pudo encontrar investigaciones similares; sin embargo, sobre la comunicación como proceso dinamizador de valores, se tuvo acceso al estudio de Marañón, Bauza y Bello (2006) quienes realizaron la investigación “La comunicación interna como proceso dinamizador para fomentar valores institucionales y sustento de una identidad universitaria”, cuyo objetivo fue proponer una estrategia de comunicación interna, para fomentar valores institucionales como sustento de una identidad universitaria ajustada a las características específicas de una Institución de Educación Superior de Cuba. La tesis corresponde a un estudio descriptivo, en el que se expone las acciones estratégicas de comunicación que debería aplicar la institución, las mismas que fueron sugeridas con arreglo al análisis realizado a las bases teóricas descritas en la investigación. Como parte de sus conclusiones, los autores señalan que una estrategia de comunicación interna, consecuente con las características específicas de cada institución, permitiría resolver las posibles insuficiencias que se manifiesten en la relación comunicación –valores–identidad, siempre que se incorpore a la estrategia general de la universidad para que ésta sea enriquecida con un plan de acciones concretas, que incluya un diagnóstico que profundice en los elementos técnicos y metodológicos vinculados al proceso de comunicación. Y por otro lado en el tema de comunicación alternativa se tuvo acceso a un artículo de investigación de Hunt, Soto, Maier y Goetz (2009) quienes evaluaron la efectividad del uso de un proceso en equipo para aumentar el logro y la participación social mediante la comunicación aumentativa y alternativa, los planes de apoyo que realizaron se evaluó a través de las observaciones y entrevistas que se realizó. Teniendo como resultado a toda esta investigación sugirieron implementar planes de apoyo con mejoras a las habilidades académicas, interacciones sociales con compañeros, participación en las actividades en el aula y el uso de dispositivos por parte de los estudiantes.

En base a lo expuesto anteriormente es que este trabajo de investigación propuso un Plan de Comunicación Alternativa que, repercute directamente en el fortalecimiento de los valores en los estudiantes de la Institución Educativa Julio Gutiérrez Solari en el centro poblado El Milagro; y así responder a las

interrogantes ¿Cómo influye el plan de comunicación alternativa en el fortalecimiento de los valores en los estudiantes?, ¿Qué planes de acción debe ejecutar la institución educativa para el fomento de valores e identidad de sus estudiantes?.

Para que esta investigación logre un desarrollo óptimo, fue necesario investigar y comparar diferentes enfoques conceptuales que complementen la información.

Según la definición de Davis y Newstrom (2002) la comunicación es la transferencia de información y su comprensión entre una persona y otra. Es una forma de ponerse en contacto con otros mediante la transmisión de ideas, hechos, pensamientos, sentimientos y valores. Su objetivo es que el receptor entienda el mensaje tal como lo pretende el emisor.

Para Robbins y Coulter (2005), la comunicación es la transferencia y la comprensión de significados, esto quiere decir que éstos se deben impartir y entender. La comunicación se establece cuando el receptor percibe un pensamiento o idea transmitido exactamente como lo previó el transmisor.

Así como indica Robbins (2004), la comunicación cumple con cuatro funciones principales en una organización: control, motivación, expresión emocional e información. Ninguna de éstas debe considerarse más importante que otra.

La comunicación es muy importante para todo ser humano, desde que nace el ser humano se comunica con todo lo que le rodea de forma consciente o inconsciente, ya sea verbalmente o no.

Sánchez (2000), plantea que todos los humanos funcionan gracias al conjunto de actos que se utilizan para transmitir información de cualquier tipo, ya sean señales de humo, gestos, palabras, movimientos corporales, entre otros.

Para Valdez (2007), la comunicación es el proceso en el cual dos o más personas intercambian información, ideas, pensamientos, conocimientos entre otros. Para que dicho proceso se lleve a cabo con eficacia, es necesario que la

persona que recibe el mensaje escuche con atención y la persona que envía el mensaje exprese de forma adecuada para que no dé lugar a interpretaciones erradas.

Según Martínez y Nosnik (1999), incluyen otros elementos que componen el proceso de comunicación y que también son importantes:

- **Codificación:** Es la fase en la que el emisor que tiene una idea para comunicar, debe traducirla en un código, que pueden ser palabras orales o escritas, o en algún tipo de símbolo que posea un significado claro y comprensible para el receptor.
- **Decodificación:** Esta fase consiste en que una vez recibido el mensaje, el receptor encuentre el significado y lo interprete. La mayoría de las veces esta fase se verá afectada por las experiencias del receptor, por lo que siempre que se envíe un mensaje será necesario conocer quién o quiénes son los receptores. Cómo reciba el receptor el mensaje está relacionado con las habilidades, tanto de la fuente para transmitir el mensaje como del receptor para decodificarlo e interpretarlo.
- **Realimentación o Feedback:** Es un elemento muy importante dentro del proceso de comunicación, ya que a partir de ésta el emisor recibe una respuesta por parte del receptor. Además que en esta fase se comprueba si el receptor ha recibido o no el mensaje inicial, así como también, si el emisor logró provocar el cambio de conocimientos, de actitudes, de opinión y de conductas deseadas en el receptor, según haya sido su objetivo. Dicha fase se puede dar tanto de manera directa, que sea visible por parte del emisor, como los gestos, las palabras y los movimientos corporales, o bien en forma indirecta, como podrían ser ausentarse del trabajo, demandas por la calidad en el trabajo por parte del receptor que se siente inconforme (Martínez y Nosnik, 1999).

Cada uno de estos elementos es indispensable para establecer la comunicación. Cabe mencionar que cualquier falla en cada una de las fases hace imposible la transmisión del mensaje, o bien que el receptor lo tergiverse o distorsione.

Para Lostanau (2003), el proceso de comunicación tiene los siguientes componentes:

El emisor es considerado la base de la comunicación. Es el punto principal o la persona que tiene mensajes, pensamientos, ideas que transmitir. Un emisor que explica el mensaje de manera apropiada y efectiva es un mensajero confiable.

El mensaje se considera todas aquellas unidades de significado que pasan entre el emisor y el receptor. Cada mensaje tiene su propio significado, mismo significado que el emisor trata de compartir con el receptor. De todas maneras, el receptor no necesariamente comprende el mismo significado lo que da lugar a una negociación de ese significado entre el emisor y receptor.

El canal se refiere al método o técnicas utilizadas para transmitir el mensaje desde la ubicación del emisor hacia la del receptor. El canal algunas veces puede ser una persona que inicia la comunicación con gestos, mímicas y lenguaje no verbal o palabras. También puede ser un libro, una computadora, televisión, radio, teléfono y cualquier otra plataforma que pueda ser utilizada como medio para enviar el mensaje. El receptor generalmente proveer retroalimentación hacia el emisor por el mismo canal después de que el mensaje ha sido recibido. Para que el proceso de comunicación esté completo se requiere de retroalimentación.

El receptor es una persona o grupo que analiza los mensajes que vienen desde el emisor, de acuerdo a cierto proceso predeterminado con anticipación. A este proceso le llamaremos lenguaje común. El receptor responde entonces a estos mensajes de forma oral o no oral, como la comunicación interpersonal es mutua el receptor cambia de rol constantemente con el emisor.

La retroalimentación se define como la percepción y respuesta que da el receptor en relación al mensaje enviado por el emisor. Después de que el receptor acepta un mensaje del emisor y lo analiza, él o ella devuelven la retroalimentación. La comprensión o no del mensaje enviado se visualiza por medio de la retroalimentación.

La comunicación está asociada directamente con todos los procesos de liderazgo y administración. La comunicación ocurre prácticamente desde el inicio hasta el final de nuestro día y por lo tanto una comunicación robusta depende de la dirección en primer lugar.

La comunicación es el mejor vehículo para alcanzar los objetivos educativos. Se espera que los directores de centros educativos en la actualidad tengan un conocimiento comprensible de humanidades, una personalidad con liderazgo para construir una cultura organizacional que facilite la transmisión de mensajes.

El principal objetivo de la comunicación en escuela es mantener la cultura escolar y establecer los procesos de instrucción. Las personas en la escuela deben ser informadas todo el tiempo acerca de las clases de tareas que deben ser ejecutadas ya sea estos alumnos o profesores. Los profesores por ejemplo dan su clase magistral de manera oral o escrita, a veces por medio de un vídeo y otras veces por correos electrónicos o aulas virtuales. Los estudiantes por su lado aprenden por medio de herramientas similares y se comunica no retroalimentan a los proveedores del mismo modo.

Los directores por su lado deben procurar establecer varios canales de comunicación con los profesores, con los estudiantes y por supuesto con los padres de familia. El clásico envío de circulares por medio de los estudiantes a casa ya no es tan efectivo; muchos establecimientos educativos en la actualidad empiezan a utilizar una mezcla de todos estos canales, utilizan mensajes de texto, correos electrónicos, páginas web, llamadas telefónicas y por supuesto conversaciones cara a cara.

Las redes de comunicación son aquellos sistemas o canales utilizados para transmitir información a los padres de familia, a los maestros y a los estudiantes. Estas redes pueden ser horizontales o verticales en estructura, horizontales cuando son organizadas por personas del mismo nivel jerárquico,

es decir entre alumnos, entre profesores o entre padres de familia. Las redes verticales son aquellas que van de un nivel superior a un nivel inferior en la línea jerárquica, por ejemplo el sistema de información o los canales que utilice la dirección para mantener informados a los profesores y estudiantes.

Los padres de familia aunque no están bajo la jerarquía o autoridad directa del colegio o del director también pueden pertenecer a una red vertical cuando se compromete mediante la firma de un contrato a participar en ellas. En esta misma línea de red vertical podemos ubicar los canales de comunicación entre profesores y padres de familia también.

Finalmente, la comunicación dentro del salón de clases o dentro de un curso cuando éste se da en un entorno no presencial debe ser siempre un tipo de comunicación de doble vía; es decir se debe dejar a los estudiantes que ven la retroalimentación necesaria para asegurar el buen funcionamiento del curso.

La calidad de la comunicación entre el profesor y el estudiante influye la conducta y el éxito de cada alumno. Los estudiantes siempre prefieren a aquellos profesores con quienes pueden mantener una comunicación amigable, y evitarán aquellos maestros complicados. Un profesor debe todo el tiempo utilizar un lenguaje apropiado, una vestimenta decorosa, un tono de voz respetuoso y mantener la distancia debida.

La comunicación es vital entre todo ser humano, por ende, es importante que dentro de las actividades cotidianas o dentro de una institución, se cuenten con mecanismos adecuados que permitan ejercer una comunicación efectiva para el correcto desempeño de actividades. En lo educacional, una comunicación efectiva coadyuva a crear y mantener un adecuado clima institucional, genera confianza en los estudiantes y docentes e incrementa las relaciones interpersonales sanas. Por ello es necesario contar con un plan de comunicación que viene hacer un documento que recoge las políticas, estrategias, recursos, objetivos y acciones de comunicación, tanto internas como externas, que se propone realizar una organización, el cual ayuda a organizar los procesos de comunicación y guiar el trabajo comunicativo, facilitando la orientación y evitando la dispersión a la que puede llevarnos el

trabajo día a día, por tanto, este promueve el seguimiento y la evaluación de estos procesos (Plataforma de Voluntariado de España, 2007).

Capriotti (2009) afirma que para llevar a cabo esta planificación se deberá definir y establecer los públicos, los objetivos, la estrategia global, las acciones tácticas y la programación de las acciones de comunicación. Antes de plantear los objetivos y definir los públicos objetivos, es necesario analizar a la organización y su situación comunicativa y a partir de la información obtenida, definir los objetivos, los cuales deben estar cuantificados para controlar y medir su alcance, igualmente deben ser realistas y alcanzables. Posteriormente se determinan los públicos a quienes se dirigirá la comunicación, ya que ello nos ayudará a definir los canales a utilizar y el mensaje a transmitir.

Se debe conocer de igual manera, el presupuesto del que se dispone para cada acción y los recursos humanos a quienes se delegará la responsabilidad de cada una de estas actividades.

A través de un plan de medios se definen los canales de comunicación adecuados a cada público, objetivo y mensaje, dentro de estos se cuentan las agendas informativas, los medios impresos, medios audiovisuales y medios digitales.

Finalmente, este autor establece como fase final del Plan a la Ejecución y Evaluación de este, a través del cual se compruebe el cumplimiento o no de los objetivos propuestos y de este modo realizar las adaptaciones necesarias.

Flores (2003) coincide con las fases anteriores, sin embargo, hace su propia clasificación:

Una de ellas es la Descripción de la Situación que expone las principales conclusiones del proceso de investigación y análisis, descubriendo los factores más relevantes que pueden influir en el proceso de comunicación, interpretando la situación de la empresa, señalando los elementos prioritarios con los que trabajará comunicación y por qué.

Por otro lado los Objetivos de Comunicación son los fines que se pretenden lograr con el plan de comunicación. Puede haber un objetivo único y que englobe todo lo propuesto por el plan, pero lo más frecuente es que exista un objetivo general apoyado por otros objetivos específicos que cubren distintas áreas del negocio.

Las Estrategias de Comunicación son la expresión de cómo se pretende alcanzar esos objetivos. Describen de forma general las actividades que se detallan en el plan, pero no las concretan. Se tienen objetivos específicos para distintas necesidades, se formulan estrategias para cada uno de los objetivos.

Los Públicos objetivos son los grupos de personas a los que nos estaremos dirigiendo con la comunicación. Tras elaborar los objetivos y la estrategia es mucho más fácil definir a qué públicos se debe dirigir el plan de comunicación. Sabiendo con qué públicos se requiere comunicarse, se sabe de antemano por qué y así se puede definir el objetivo de comunicación y las estrategias correspondientes.

Es interesante siempre hacer una lista completa de todos los públicos a los que se dirigirá la estrategia y con los que se buscará alcanzar los objetivos de comunicación, factor que permite marcar prioridades y eliminar los menos importantes si por razones de recursos o capacidad se tiene que ser selectivo.

El Mensajes clave cuando se cuenta con un gran número de públicos distintos, en ocasiones se hace necesario también definir qué tipo de mensaje fundamental vamos a transmitir cada grupo.

Las acciones recomendadas son las actividades concretas que se llevarán a cabo según la estrategia marcada, e incluyen una descripción completa de cada actividad. Se deben ordenar por importancia o cronológicamente.

El Calendario es el detalle de cada actividad según las fechas previstas para llevarse a cabo. Se debe reflejar esquemáticamente en una sola hoja que a

simple vista de un panorama completo del trabajo a realizar. Aquellas actividades continuas, es decir, aquellas que cuentan con largos plazos deben estar reflejadas en cada uno de los periodos del calendario.

Si hablamos de la comunicación alternativa surge de la necesidad de los individuos de comentar acerca de su entorno, y exponer su visión del mundo, muchas veces contradictoria a la visión del sistema hegemónico. Esta comunicación se da en particular en sistemas dominantes, en los que los individuos no cuentan con una expresión abierta dentro de los medios y canales establecidos, ya que estos son invadidos, saturados y controlados por el discurso del poder.

Sin embargo, se considera que la comunicación alternativa también se puede generar en sistemas igualitarios, es decir, en aquellos sistemas del pasado en los que el control de los canales de comunicación no se daba en extremo, pero que sin embargo, tampoco planteaba todos los puntos de vista surgidos en la sociedad. En aquellas sociedades igualitarias algunas visiones individuales eran omitidas, pero probablemente tal omisión se debía a una censura en menor grado de la que observamos en los actuales sistemas dominantes.

Lewis (1995) sostiene que la comunicación alternativa, es aquella que propone lo alterno a los medios tradicionales, es decir a los más utilizados. En esta práctica alternativa, hay un intento implícito de suplantar a los medios tradicionales, buscando oponerse a los sistemas de los medios de comunicación de masas y a sus implicaciones sociales. Lewis retoma el informe de la UNESCO sobre la comunicación en el mundo para reafirmar lo siguiente: “La comunicación alternativa se refiere a estructuras y tradiciones que se establecen como suplemento de la tradición principal debido a que ésta última no satisface plenamente las necesidades de comunicación de ciertos grupos”.

Entonces, los medios alternativos se plantean como todos aquellos medios que están en oposición o alternativa a los medios masivos que son ampliamente consumidos y con un acceso mayoritario. En algunos casos se trata de medios que ofrecen servicio a comunidades o grupos que quedan al margen de los medios establecidos, y que buscan un cambio social.

Uno de los puntos más importantes de la comunicación alternativa, es su carácter social, y para lograr comprender tal carácter basta analizar, a decir de Castillo (1997) los momentos esenciales del proceso comunicativo: elaboración, difusión y lectura. El primer momento, la elaboración de mensajes alternativos corresponde a la adscripción a un proceso social específico; es decir, los mensajes se elaboran en función de una realidad social pretendiendo con ello plantear hechos, problemas y circunstancias para concientizar sobre ellos, a diferencia de la comunicación tradicional en la que los mensajes parecieran elaborarse en función del posible impacto que generen en la audiencia al ser emitidos.

Por eso mismo, para poder lograr un buen carácter o contar con la validación social es bueno considerar tres componentes principales: (a) Quién: esto se basa en la perspectivas de los interesados (directa, indirecta, comunidad inmediata, comunidad extendida), (b) Qué: componentes de intervención, todo lo que tiene que ver con la elaboración del plan a realizar (objetivos, métodos, resultados) y (c) Cómo: métodos, como se llevara a cabo y cuáles fueron los resultados (subjetivos evaluación, comparación social) Scholsser, R. (2009).

Por otra parte, la difusión de la comunicación alternativa, tiene medios distintos a la tradicional, y dependen del proceso social del que forman parte; los mecanismos alternativos en la actualidad son: las mantas, muros, volantes, periódicos, radios y todos los medios que existen en la red de redes. Sin embargo para que los medios alternativos sean parte de un proceso de comunicación social necesitan ser leídos por un público alterno. La lectura alternativa significa ofrecer la concientización, es decir, las bases para la acción y el cambio; lo cual solo se logra cuando la lectura es compartida por varios individuos.

Es por ello que las nuevas alternativas de comunicación social en la web prometen tanto: permiten la construcción de mensajes velozmente, para ser difundidos en blogs, diarios, revistas, radios y foros, originando la retroalimentación instantánea a lo expuesto, y la continua regeneración de la comunicación alternativa.

Para dos grandes autores especialistas en el tema de comunicación para el desarrollo y comunicación alternativa, como Rosa María Alfaro y Alfonso Gumucio, coinciden que la comunicación alternativa es empírica y que es una comunicación se produce fuera de toda la contaminación mercantil de grandes medios.

Rosa María Alfaro, destaca a la radio popular como una de las experiencias más significativas dentro del campo de lo alternativo, quien lo describe con la siguiente frase “No se trata de ser más alternativos o no, sino de ser más radio y hacer mejor comunicación, comprometida con los sectores populares para su cambio educativo”. Alfaro, siempre destacaba a lo alternativo como un tipo de comunicación que busca compartir música y diferentes utilidades concretas, entre los emisores y receptores en quienes se provoca la interlocución.

Por otro lado, Alfonso Gumucio, menciona que la comunicación alternativa, no tiene que ver con ningún modelo comunicativo, sino que surgió como una variedad de experiencias y solo se ha tratado de elaborar muchas teorías sobre ella.

La comunicación alternativa, también es conocida como una comunicación popular, radical, horizontal, dialógica, endógena entre otros. No es un medio de desarrollo, sino para un fin en sí, cuyo fin es la conquista de la palabra, el mecanismo de participación en la sociedad.

Gracias a los diversos métodos de comunicación, entre ellos la alternativa, es una puerta que conlleva a la posibilidad que la sociedad sea más informada que años anteriores. Un claro ejemplo puede ser la difusión de diversos contenidos que promuevan los valores y ayude a mejorar los diversos problemas sociales.

Para el ser humano siempre han existido cosas valiosas: el bien, la verdad, la belleza, la felicidad, la virtud; sin embargo, el criterio para darles valor ha variado a través de los tiempos. Se puede valorar de acuerdo con criterios estéticos, esquemas sociales, costumbres, principios éticos o, en otros términos, por el costo, la utilidad, el bienestar. Los valores son producto de cambios y transformaciones a lo largo de la historia y surgen con un especial significado, cambian o desaparecen en las distintas épocas.

El concepto valor abarca contenidos y significados diferentes y ha sido abordado desde diversas perspectivas y teorías. En el sentido humanista se entiende por valor lo que hace que un hombre sea tal, sin o cual perdería la humanidad o parte de ella. La práctica del valor desarrolla la humanidad de la persona, mientras que el contravalor lo despoja de esa cualidad.

Desde un punto de vista socio-educativo, los valores son considerados referentes, pautas o abstracciones que orientan el comportamiento humano hacia la transformación social y la realización de la persona, por lo que se constituyen en guías que dan determinada orientación a la conducta y a la vida de cada individuo y grupo social.

Desde lo social, los valores son modelos ideales de realización personal que se plasman en la conducta a lo largo de la vida; son siempre una concepción personal de algo que es preferible para uno mismo o para el colectivo social, y desde la dirección, se consideran aprendizajes estratégicos relativamente estables en el tiempo, sustentados en la apreciación de que una forma de actuar es mejor que su opuesta para conseguir determinados fines.

Los valores compartidos refieren a un conjunto de valores identificados y transmitidos por la alta dirección con el propósito de que sean asumidos por los miembros de la organización. La internalización de los valores organizacionales es un proceso complejo que requiere de tiempo, transmisión, explicación y ejemplificación por parte de los directivos y de reflexión, razonamiento y comprensión por el resto del grupo (Bernal, 2013).

La humanidad ha adoptado criterios a partir de los cuales se establece la categoría o la jerarquía de los valores. Algunos de esos criterios son: durabilidad, integralidad, flexibilidad, satisfacción, polaridad, jerarquía, trascendencia, dinamismo, aplicabilidad y complejidad (La Rosa, 2014)

Estas características se deben tener en cuenta al definir cualquier estrategia de comunicación, ya sea interna o externa, para que los valores se conviertan en modos de actuación y se hagan pertinentes para los miembros de la organización; sin embargo, se piensa que las mayores opciones de intervención

deben estar dirigidas a la integralidad, la jerarquía, el dinamismo, la aplicabilidad y la trascendencia dado que en ellas se genera el contenido propio de los valores y donde la comunicación permite, si es bien estructurada, hacer consciente la conceptualización de los valores, la operacionalización (los modos de actuación) de estos y su alcance.

Uno de los valores que menos se pone en práctica es el valor de la puntualidad, puesto que en muchas personas se ha vuelto un hábito no cumplirlo.

La puntualidad es el valor que se aplica para cumplir con tareas y responsabilidades en el debido momento. Esta virtud es valiosa en todas las etapas de la vida, debido a que desde niños y a medida que vamos creciendo adquirimos responsabilidades donde la puntualidad se convierte en una obligación (Cladéra, 2012).

La puntualidad es una actitud que se adquiere desde los primeros años de vida mediante la formación de hábitos en la familia, donde las normas y costumbres establecen horarios para cada una de nuestras actividades (Núñez, 2017).

La puntualidad es una regla que exige de la persona ejecutar determinada acción en un tiempo determinado, ya que aunque la acción sea realizada satisfactoriamente, desequilibra el balance de tiempo de todas las demás.

La puntualidad es una disciplina, que se adquiere con la práctica y con más o menos sacrificio según el temperamento de cada persona.

Para manejar adecuadamente el tiempo se necesita planeación y organización; es decir, optimizar el tiempo requiere que nuestras acciones tengan una dirección; elaborar un horario ayuda a una mejor distribución del tiempo e impide vacilar acerca de lo que se va a hacer, y permite valorar los resultados de una planeación adecuada (González, 2013).

Si se quiere crear alumnos/as responsables, respetuosos, eficaces y ordenados, el valor que se debe fomentar es la puntualidad. Ésta es una actitud que se adquiere desde los primeros años de vida, mediante la formación de hábitos en la familia, donde las normas y costumbres establecen horarios para cada una de nuestras actividades.

También es un reflejo de respeto al tiempo de los demás, ya que en la escuela y en la vida social, llegar a tiempo es un signo de buena educación.

Gavira (2014) refiere que ser puntual trae numerosas ventajas:

- Creíbles y confiables: Cada una de nuestras acciones u omisiones genera en el prójimo cierta idea de la forma de pensar, de actuar y de lo que se puede esperar de la persona.
- Atentos y considerados: No hacer esperar a los demás es una forma de comunicarles que valoramos, y que se cuida su tiempo tanto como el de uno mismo.
- Ordenados y eficientes: La disciplina de la puntualidad hace que la persona se concentre más y mejor en la tarea que está realizando. Eso permite que realice más actividades en menos tiempo, sin divagar ni caer en distracciones inútiles.

Algunos estudiantes llegan constantemente tarde al inicio de la jornada escolar, a clase después de los descansos, incumplen con las fechas destinadas para presentar los trabajos y tareas propuestas por los educadores. Esto hace que los estudiantes enfrenten retrasos en sus quehaceres y tareas teniendo como resultado, en algunos de ellos, un bajo rendimiento escolar. El valor de la puntualidad es muy importante en la vida escolar ya que el tiempo es una de las mayores riquezas que se posee. El estudiante que se retrasa causa perjuicio a los demás, pero también él en sí mismo sufre las consecuencias de este retraso. Sus faltas de puntualidad demuestran que es incapaz de imponerse una disciplina, de estar a tiempo para cumplir obligaciones con sus profesores, sus compañeros y consigo mismo (Vaello, 2015).

La puntualidad tiene que ver mucho con una actitud de esfuerzo y sacrificio en función de los demás.

Es importante promover el valor de la puntualidad dentro de los valores del respeto, la responsabilidad, la autonomía y la libertad, el valor de la

laboriosidad y el trabajo y enseñar a los estudiantes métodos prácticos para desarrollarlo y mantenerlo como parte importante para sí mismo y para los demás.

Entonces se debe formular el siguiente problema para identificar los diferentes problemas y posibles soluciones que se desarrollarán en este proyecto.

¿De qué manera un plan de comunicación alternativo fortalece en el desarrollo del valor de la puntualidad en los estudiantes de tercer grado de secundaria de la I.E. Julio Gutiérrez Solari del Centro Poblado de El Milagro, 2018?

El estudio se justifica en tres niveles:

A nivel teórico, la investigación se justifica en la medida que pretende realizar un plan de comunicación alternativa como estrategia de comunicación y el fomento de valores, específicamente el valor de la puntualidad, aspectos que no han sido estudiados anteriormente, resultando esta investigación novedosa. Esperando, además, que ello tenga impacto significativo en los padres de familia, docentes, autoridades institucionales y comunidad.

A nivel metodológico, como parte de la investigación se desarrolló un instrumento que permita medir el valor de la puntualidad en estudiantes, el mismo que podrá ser utilizado en posteriores investigaciones adaptando el mismo a las características de cada población en la que se aplique.

A nivel práctico, el desarrollo de esta investigación buscó contribuir a la creación de espacios permanentes de información, participación y opinión entre las autoridades de la I.E. Julio Gutiérrez Solari del Centro Poblado de El Milagro, y los estudiantes y docentes de dicho centro de estudios, que faciliten la integración entre las realizaciones personales e institucionales, fortalezcan la cohesión entre sus miembros y, con ello, fomenten valores que los identifiquen, en especial el de la puntualidad.

Como objetivo general de la investigación, se tuvo lo siguiente:

Proponer un plan de comunicación alternativo para fortalecer el desarrollo del valor de puntualidad en los estudiantes de tercer grado de secundaria de la I.E. Julio Gutiérrez Solari del Centro Poblado de El Milagro.

Los objetivos específicos fueron, identificar las estrategias pedagógicas que emplea la I.E. Julio Gutiérrez Solari del Centro Poblado de El Milagro, para promover la puntualidad, también identificar las diversas causas que conlleven a la impuntualidad en los estudiantes de tercer grado de secundaria de la I.E. Julio Gutiérrez Solari del Centro Poblado de El Milagro. Así mismo diseñar un plan de comunicación alternativa para el fomento de valores en los estudiantes que vaya acorde a la realidad de la Institución Educativa, involucrando a docentes, autoridades institucionales y comunidad y por último evaluar el plan de comunicación alternativa propuesto.

II. MÉTODO.

2.1. Diseño de investigación.

Tipo de investigación cualitativa, utilizó el Diseño de Investigación – acción, cuya finalidad fue resolver problemas cotidianos e inmediatos y mejorar prácticas concretas, tratando de aportar información para la toma de decisiones para programas y reformas estructurales. Según Amaya (2015) la investigación acción implica una visión emancipadora: más allá de resolver problemas, pretende que los participantes generen un profundo cambio social por medio de la investigación, generando conciencia entre los individuos.

2.2. Escenario de estudio.

La investigación se llevó a cabo en el colegio Julio Gutiérrez Solari, del centro poblado El Milagro.

2.3. Participantes.

Para el estudio se seleccionó personas por razones especiales como: conocimiento del tema, experiencia o haber sido protagonista de la problemática a estudiar, grado de participación en el grupo social y en la toma de decisiones y su disposición para brindar información entre otros.

Las personas estudiadas fueron siete alumnos entre hombres y mujeres del tercer año de secundaria del de la Institución Educativa Julio Gutiérrez Solari, los alumnos cuentan con un rango promedio de 14 años.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

El proceso de la investigación acción está estructurado por ciclos y se caracteriza por su flexibilidad, puesto que es válido e incluso necesario realizar ajustes conforme se avanza en el estudio, hasta que se alcanza el cambio o la solución al problema. De acuerdo con los ciclos del proceso de investigación – acción son:

- Detección y diagnóstico del problema de investigación.
- Elaboración del plan para solucionar el problema o introducir el cambio.
- Implementación del plan y evaluación de resultados.
- Realimentación, la cual conduce a un nuevo diagnóstico y a una nueva espiral de reflexión y acción.

Para recolectar información se utilizó dos instrumentos: el Cuestionario para identificar los sistemas de comunicación convencionales que utiliza la I.E. Julio Gutiérrez Solari, y el Cuestionario para identificar la problemática de los estudiantes de 3° grado de secundaria de la I.E. Julio Gutiérrez Solari referentes a la puntualidad. El primer instrumento fue aplicado a las autoridades de la institución educativa y a los responsables del proceso de comunicación; el segundo instrumento, será aplicado a la totalidad de los estudiantes, siendo estos un total de 7 alumnos.

2.5. Procedimientos.

Con el objeto de desarrollar una comprensión profunda de los escenarios y fenómenos que se estudian, en la investigación se utilizó un enfoque de análisis de información en progreso basado en tres momentos o etapas: descubrimiento, codificación y relativización.

En la primera etapa se buscaron temas relacionados a los datos evaluados; en la segunda fase, se categorizó la información para su adecuada estructuración y

análisis profundo; finalmente, se interpretó los datos en el contexto en el que fueron recogidos.

2.6. Método de análisis de información.

Para evaluar el rigor científico o calidad científica de la investigación se utilizó 4 criterios o estándares coherentes con los propósitos, fines y bases filosóficas del estudio, estos son de acuerdo a Salgado (2007):

Dependencia o consistencia lógica: grado en que diferentes investigadores que recolecten datos similares en el campo y efectúen los mismos análisis, generen resultados equivalentes.

Credibilidad: grado en el que los resultados de una investigación son verdaderos para las personas que fueron estudiadas y para otras personas que han experimentado o han estado en contacto con el fenómeno investigado.

Auditabilidad: grado en el que otro investigador puede seguir la ruta o pista de lo que el investigador original ha hecho.

Aplicabilidad: grado en el que los resultados de estudio puedan extenderse a otras poblaciones.

2.7. Aspectos éticos.

Se solicitó la autorización correspondiente a las autoridades de la institución educativa para el desarrollo de la investigación; asimismo, a los padres o tutores de los estudiantes, asegurando la confidencialidad de la información que se proporcionó.

III. RESULTADOS.

- RESULTADO 1

OBJETIVO: Identificar las estrategias pedagógicas que emplea la I.E Julio Gutiérrez Solari del centro Poblado de El Milagro, para promover la puntualidad.

DESCRIPCIÓN: Para realizar dicho objetivo, se tuvo que realizar entrevista a los diferentes docentes de la I.E Julio Gutiérrez Solari que tienen a su cargo a los estudiantes de tercer año de secundaria. Las respuestas obtenidas por los profesores, sirvió para conocer el conocimiento que tienen sobre los canales tradicionales de comunicación, que canales emplean con los estudiantes y otros aspectos esenciales en el aprendizaje del estudiante.

Observar: Anexo 1.

ENTREVISTA 1

OBJETIVO: Identificar las estrategias pedagógicas que emplea la I.E Julio Gutiérrez Solari del Centro Poblado de El Milagro, para promover la puntualidad.

PREGUNTAS

1. ¿Qué estrategia pedagógica utiliza con sus alumnos?

- Creo que la estrategia pedagógica que más se ha utilizado ha sido las copias que se le reparte a los alumnos de cualquier tema que toque tratar, bueno esa es la estratégica que yo más suelo utilizar y después los gráficos en las pizarras, dibujos en algunas impresiones para que se les haga un poco más visual a los estudiantes.

C.C.D.L (43) – PROFESOR DE COMUNICACIÓN

- Soy poco de utilizar muchos materiales para enseñar, es que como lo mío es más números, más utilizo el plumón y mota. Los jóvenes ya están acostumbrados como enseñó yo.

A.O.R.E (55) – PROFESORA DE MATEMÁTICA

- Si se puede considerar a las impresiones y papelotes como estrategias pedagógicas, pues yo utilizo eso, mayormente a los alumnos ahora les llama la atención lo visual, la enseñanza clásica de la tiza y esas cosas ya están quedando en el pasado. Es más, ahora las aulas que tienen proyector solo con eso nada más quieren trabajar.

G.B.R.M (58) – PROFESORA DE CTA

- Ah! Yo lo único que utilizo es mi voz, como no veo, es lo único que utilizo, pero a veces trabajamos con historias mediante audios, depende la clase que esté desarrollando.

C.D.O.I (59) – PROFESOR DE CC.SS

- Pues con la nueva remodelación del colegio ahora tenemos a la mano la multimedia y yo eso lo utilizo mucho con mis alumnos, la mayoría de nuestras clases trabajamos con videos, diapositivas e imágenes. Créeme que con esto los alumnos aprenden más, se hace más fácil la clase.

E.Q.J (49) – PROFESOR DE INGLÉS

- Bueno, con los alumnos no utilizo nuevas estrategias, siempre he enseñado lo mismo en los estudiantes, de acuerdo a mi forma de ejercer la docencia.

V.R.S.P (55) – PROFESOR DE EPT

2. ¿Considera que las estrategias pedagógicas son importantes para el aprendizaje del estudiante?

- Muy importante, ahora los estudiantes en diferentes colegios están recibiendo diferentes formas de aprendizaje, más con el avance de la tecnología que ahora nos permite hacer las clases con más facilidad. Aunque por ahora aquí en el Milagro son pocos los colegios que están bien equipados, creo que dos o tres nada más.

C.C.D.L (43) – PROFESORA DE COMUNICACIÓN

- Yo creo que sí, pero va a depender de las estrategias que se apliquen y en qué curso también.

A.O.R.E (55) – PROFESORA DE MATEMÁTICA

- Si, cualquier enseñanza es importante creo yo, ya se nuevas o viejas estrategias. Aunque siempre se debe tratar de innovar.

G.B.R.M (58) – PROFESORA DE CTA

- Más que importantes, son una motivación para los estudiantes, ven las cosas de una manera diferente y más que ahora todo lo tecnológico o que tenga algo nuevo, les llama la atención más rápido que un libro o hoja.

C.D.O.I (59) – PROFESOR DE CC.SS

- Si, de hecho, todo lo nuevo e innovador que sea para el aprendizaje del estudiante, creo que siempre va a ser de vital importancia, son maneras diferentes de aprender.

E.Q.J (49) – PROFESOR DE INGLÉS

- Importantes no tanto, porque el alumno también puede aprender como lo hemos venido haciendo, también había buena educación, pero si, poco a poco lo nuevo va ocupando espacio.

V.R.S.P (55) – PROFESOR DE EPT

3. ¿Cuál es la estrategia pedagógica que utiliza con mayor frecuencia para explicar y motivar a sus alumnos?

- Como ya lo dije, más utilizo las copias con mis alumnos, los módulos de diferentes temas, claro que ahí en la información brindada se tiene que hacer entretenida y dinámica ¿no?, sino estos chicos de hoy se aburren bien rápido.

C.C.D.L (43) – PROFESORA DE COMUNICACIÓN

- Más utilizo la pizarra y papelotes.

A.O.R.E (55) – PROFESORA DE MATEMÁTICA

- Con mis alumnos, trabajo con los módulos impresos, a veces, es muy raro que trabajemos con multimedia, pero más utilizo las impresiones.

G.B.R.M (58) – PROFESORA DE CTA

- Mi voz, soy una persona con discapacidad visual y ya pues, mi único recurso que tengo para dictar las clases es mi voz firme, otra cosa es raro que realice, no.

C.D.O.I (59) – PROFESOR DE CC.SS

- Bueno, videos, cosas que se puedan proyectar en las aulas.

E.Q.J (49) – PROFESOR DE INGLÉS

- No considero que sea una estrategia, porque siempre he tenido una manera de enseñar y solo es práctico, porque mi curso es más prácticas que teoría.

V.R.S.P (55) – PROFESOR DE EPT

4. ¿Considera que la estrategia pedagógica utilizada influencia en los alumnos?

- Depende la estrategia que utilices, si llama la atención de los chicos si va a influenciar.

C.C.D.L (43) – PROFESORA DE COMUNICACIÓN

- No sé si influencia o no, pero yo vengo enseñando así hace mucho y tengo buenos alumnos, que si rinden y tienen notas que superan el promedio.

A.O.R.E (55) – PROFESORA DE MATEMÁTICA

- Si, es un método que siempre se ha utilizado en las escuelas, hasta cuando yo era estudiante, claro que ahora hay más facilidades, pero los docentes enseñamos conforme nos sentimos mejor.

G.B.R.M (58) – PROFESORA DE CTA

- No sabría responderles, no soy de utilizar casi estrategias.

C.D.O.I (59) – PROFESOR DE CC.SS

- En mis alumnos si ha influenciado, a los grupos que tengo a mi cargo siempre les divierte más ver videos en clase, lo entienden mejor.

E.Q.J (49) – PROFESOR DE INGLÉS

- No, porque no es una estrategia nueva.

V.R.S.P (55) – PROFESOR DE EPT

INTERPRETACIÓN

En la entrevista realizada a los docentes de la I.E. Julio Gutiérrez Solari, obtenemos resultados positivos que nos ayudan a identificar las diferentes estrategias pedagógicas que utilizan los maestros con sus alumnos. En sus respuestas destacan el auge tecnológico y la gran ayuda que este representa para promover las nuevas estrategias. Son pocos los docentes que continúan con la enseñanza clásica.

- **RESULTADO 2**

OBJETIVO: Identificar las diversas problemáticas que conlleven a la impuntualidad en los estudiantes de tercer grado de secundaria de la I.E Julio Gutiérrez Solari del centro poblado de El Milagro.

DESCRIPCIÓN: Para obtener el resultado número dos, se tuvo que realizar entrevistas a nuestro público objetivo seleccionado, que por supuesto los elegidos fueron los alumnos con más tardanzas registradas desde el inicio del año escolar. Las respuestas de los estudiantes dieron a conocer los diferentes factores influyentes que perjudican su puntualidad en la I.E Julio Gutiérrez Solari y conocer cómo es su rutina diaria.

Observar: Anexo 2 – Anexo 4

ENTREVISTA 2

OBJETIVO: Identificar las diversas problemáticas que conlleven a la impuntualidad en los estudiantes de tercer grado de secundaria de la I.E Julio Gutiérrez Solari del Centro Poblado de El Milagro.

1. ¿Llegas puntual a la I.E?

- No, creo que esta semana tengo solo tres tardanzas.

F.N.C (15) – ESTUDIANTE JGS

- No.

V.S.K.G (15) – ESTUDIANTE JGS

- No, si no, no estuviera aquí (risas).

V.G.S.A (15) – ESTUDIANTE JGS

- Si llego, bueno, a veces no (risas).

O.P.A.J (15) – ESTUDIANTE JGS

- No.

C.P.A.P (14) – ESTUDIANTE JGS

- No.

G.E.J.R (14) – ESTUDIANTE JGS

- (risas) ya saben.

R.R.W.H (14) – ESTUDIANTE JGS

2. ¿Aparte de asistir a la I.E, trabajas?

- No, no trabajo, mi papá solo trabaja, después mi mamá se queda en la casa a hacer las cosas.

F.N.C (15) – ESTUDIANTE JGS

- No, no trabajo.

V.S.K.G (15) – ESTUDIANTE JGS

- Si, en construcción, pero trabajo cada vez que me llaman nada más.

V.G.S.A (15) – ESTUDIANTE JGS

- Si, todos los días chambeo en Mototaxi.

O.P.A.J (15) – ESTUDIANTE JGS

- No, solo mi papá.

C.P.A.P (14) – ESTUDIANTE JGS

- No.

G.E.J.R (14) – ESTUDIANTE JGS

- No, solo el cole.

R.R.W.H (14) – ESTUDIANTE JGS

3. ¿A qué hora te levantas?

- Yo me levanto a las nueve o diez por ahí, a veces más tarde.

F.N.C (15) – ESTUDIANTE JGS

- Nueve de la mañana.

V.S.K.G (15) – ESTUDIANTE JGS

- Cuando estoy free a las diez u once, cuando si trabajo, temprano, ocho por ahí.

V.G.S.A (15) – ESTUDIANTE JGS

- A las siete me levanto, a esa hora voy a mi paradero.

O.P.A.J (15) – ESTUDIANTE JGS

- A las nueve o nueve y media.

C.P.A.P (14) – ESTUDIANTE JGS

- temprano, ocho.

G.E.J.R (14) – ESTUDIANTE JGS

- Diez de la mañana.

R.R.W.H (14) – ESTUDIANTE JGS

4. ¿Ayudas en casa?

- No, mi mamá hace las cosas, yo me dedico a hacer mis tareas y jugar en el celular free fire cuando estoy libre.

F.N.C (15) – ESTUDIANTE JGS

- Cuando me dicen que haga nada más.

V.S.K.G (15) – ESTUDIANTE JGS

- A veces, después salgo a unas audiencias

V.G.S.A (15) – ESTUDIANTE JGS

- No, es que a esa hora estoy en el trabajo.

O.P.A.J (15) – ESTUDIANTE JGS

- No, hago mis tareas.

C.P.A.P (14) – ESTUDIANTE JGS

- No.

G.E.J.R (14) – ESTUDIANTE JGS

- Cuando me mandan al mercado, eso nada más.

R.R.W.H (14) – ESTUDIANTE JGS

5. ¿Eres responsable de algún familiar?

- No, si tengo hermanos pero ya son grandes.

F.N.C (15) – ESTUDIANTE JGS

- No.

V.S.K.G (15) – ESTUDIANTE JGS

- Si, de mi hermano, los días que mi mamá se va a la Hermelinda.

V.G.S.A (15) – ESTUDIANTE JGS

- No, no tengo hermanos.

O.P.A.J (15) – ESTUDIANTE JGS

- No.

C.P.A.P (14) – ESTUDIANTE JGS

- Si, de mi hermanita.	G.E.J.R (14) – ESTUDIANTE JGS
- No, tengo hermanos mayores nada más.	R.R.W.H (14) – ESTUDIANTE JGS

INTERPRETACIÓN

La entrevista que se realizó a los estudiantes del tercer año de secundaria de la I.E. Julio Gutiérrez Solari, ayudó a identificar las distintas causas que influyen en la puntualidad de los alumnos. De la mayoría de entrevistados se pudo interpretar que no trabajan, no ayudan en casa, se levantan tarde y no tienen un horario estructurado que vaya acorde con su rutina diaria. Solo dos estudiantes trabajan independientemente.

- RESULTADO 3

OBJETIVO: Diseñar un plan de comunicación alternativa para el fomento de valores en los estudiantes que vaya acorde a la realidad de la Institución Educativa.

PLAN DE COMUNICACIÓN ALTERNATIVA PARA LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA JULIO GUTIERREZ SOLARI.

1. Análisis

1.1. Antecedentes

La I.E. N° 80081 Julio Gutiérrez Solari está ubicada en el C.P.M. El Milagro, jurisdicción del distrito de Huanchaco, Provincia de Trujillo Región La Libertad. Dentro de la Institución educativa siempre ha existido el problema de la impuntualidad y no es un problema reciente que aqueje a la institución. Desde años atrás la mayoría de los estudiantes siempre han llegado tarde a clases por diferentes motivos y factores, de los cuales nunca se ha tomado la importancia necesaria para investigarlos y determinar una posible solución a este problema que atraviesa gran parte de la población estudiantil.

A lo largo de los años, los docentes que ocupaban el lugar de director(a) dentro de esta institución, no han podido establecer o aplicar un programa que ayude a mejorar el valor de la puntualidad en los estudiantes, haciendo que esta problemática sea arrastrada de generación en generación.

El centro educativo siempre ha tenido la misión de brindar servicios en los niveles de primaria y secundaria, desarrollando competencias centradas, formando estudiantes capaces de consolidar su proyecto de vida y de transformar su entorno socio cultural y ambiental. Misión, que por ahora si ha logrado cumplir cierta parte, de formar estudiantes capaces de desarrollar diversos tipos de competencia laborales, sin embargo, no ha logrado, en su mayoría, formar alumnos que hayan fortalecido su entorno socio cultural, formados en valores, que principalmente destaque en ellos el valor de la puntualidad y responsabilidad.

Dentro de su visión consideran llegar a ser una I.E líder a nivel regional, que brinde un servicio de calidad, garantizando la formación integral y emprendedora de los estudiantes, para que asuman su compromiso ético, sociocultural y ambiental.

1.2. Problemas de impuntualidad.

Los factores principales por lo que conllevan a los alumnos a llegar tarde a la institución educativa, no llega a ser un problema laboral, ni familiar, sino, más bien viene a ser su irresponsabilidad la causante de sus tardanzas. A través de una entrevista realizada a los estudiantes del tercer año de secundaria de la I.E Julio Gutiérrez Solari, se obtuvo como respuesta que la mayoría de los estudiantes llegaba tarde a clases por el motivo que no contaban con un horario establecido.

1.3. Problemas de comunicación interna.

Dentro de la institución educativa, no se elabora programas, talleres, charlas, capacitaciones o reuniones referentes a la temática de la impuntualidad. La mayoría de los docentes no toma el interés necesario para dedicar parte de su tiempo académica para ayudar en la mejora de este problema, hay poca relación entre estudiante y docente.

2. Diagnóstico.

2.1. Problemática.

El problema de la impuntualidad se presenta principalmente en los estudiantes de tercer año de secundaria, quienes presentan el mayor índice de impuntualidad en lo que va del año.

3. Objetivos del plan

3.1. Objetivo General

- Mejorar el valor de la puntualidad en los estudiantes del tercer año de secundaria de la Institución Educativa ‘Julio Gutiérrez Solari’ – El Milagro.

3.2. Objetivos específicos.

- Fortalecer el conocimiento del valor de la puntualidad en los estudiantes del tercer año de la I.E Julio Gutiérrez Solari, durante el desarrollo de las primeras sesiones.

- Ejemplificar las diferentes acciones que conlleven al mejoramiento del valor de la puntualidad en los estudiantes.
- Evaluar el impacto de la ejecución del programa ‘Impuntuales en acción’.

4. Público.

Estudiantes del tercer año del nivel secundaria de la I.E “Julio Gutiérrez Solari” (público interno). Así mismo, se contará con la interacción de los docentes.

5. Mensaje.

Influenciar en los estudiantes para poder ayudarlos en su formación académica y personal, donde puedan mejorar su concepto sobre el valor de la puntualidad y así mismo puedan ser personas de ejemplo en la sociedad.

6. Programación de actividades

6.1. Acciones previas.

SEMANA	OBJETIVO ESPECÍFICO 1	ACTIVIDADES
1	Fortalecer el conocimiento del valor de la puntualidad en los estudiantes del tercer año de la I.E Julio Gutiérrez Solari, durante el desarrollo de las primeras sesiones.	- Preparar material audiovisual para los estudiantes sobre la impuntualidad.
2		- Preparación de material gráfico para la realización de dinámica.
3		- Estructurar información sobre Story Board.

SEMANA	OBJETIVO ESPECÍFICO 2	ACCIONES
4	- Ejemplificar las diferentes acciones que conlleven al mejoramiento del valor de la puntualidad en los estudiantes.	- Mostrar diferentes programas de edición de video.
5		- Explicar cómo realizar pieza gráfica.
6		- Fortalecer lo aprendido.

7. Cronograma.

CRONOGRAMA DEL PROGRAMA “IMPUNTUALES EN ACCIÓN”			
	INICIO	DESERROLLO	CIERRE
	MARTES	MIÉRCOLES	SÁBADO
<p>SEMANA 1</p> <p>¿Qué es la impuntualidad?</p>	<p>-Se mostrará productos audiovisuales referentes al tema de la impuntual.</p> <p>-Se realizará cierto número de preguntas a los estuantes sobre el material visualizado.</p>	<p>-Retroalimentación sobre la impuntualidad.</p>	<p>-Los estudiantes serán evaluados de acuerdo a los conocimientos adquiridos durante la primera semana.</p>
<p>SEMANA 2</p> <p>¿Qué tipo de impuntual soy?</p>	<p>-Los alumnos visualizaran un esquema que detallara los tipos de personas impuntuales existentes y luego se identificaran de acuerdo a sus características.</p>	<p>-Los estudiantes realizarán una dinámica.</p>	
<p>SEMANA 3</p> <p>Mejorando mi puntualidad.</p>		<p>- Los alumnos se les brindará un texto impreso sobre el problema de la impuntualidad.</p> <p>-De acuerdo al texto leído por los estudiantes, estos realizarán un story board.</p>	<p>-Los alumnos terminaran el story board realizado.</p> <p>-Mostrarles el manejo de la cámara y explicar tipo de tomas y ángulos.</p>

<p>SEMANA 4</p> <p>Realizando mi primer video.</p>	<p>-Introducción a la edición del video.</p>	<p>-Alumnos editaran los videos con las capturas realizadas (monitoreados)</p>	<p>-Estudiantes seguirán con la edición (entrega de producto)</p>
<p>SEMANA 5</p> <p>Diseñando mi pieza gráfica.</p>	<p>-Explicar cómo realizar una pieza gráfica. -Los alumnos realizarán un boceto de una pieza gráfica con temática sobre el día del padre.</p>	<p>- Los alumnos diseñarán una pieza gráfica sobre las fiestas patrias incentivando los valores.</p>	<p>-Los alumnos presentarán producto final sobre su pieza gráfica. Este producto será publicado en la fan page de la Institución.</p>
<p>SEMANA 6</p> <p>Testimonio</p>	<p>-Los estudiantes se organizaran para brindar para compartir la experiencia respecto al taller brindado.</p>	<p>-Los chicos realizaran la toma necesaria.</p>	<p>- Los alumnos presentaran el producto.</p>

8. Presupuesto

8.1. Materiales

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
1	Millares de papel bond	15.00	15.00
10	Lápices	0.50	05.00
10	Lapiceros	0.50	05.00
	Subtotal		25.00

8.2. Servicios

Cantidad	Descripción	Precio Unitario	Precio Total
50	Fotocopias	0.10	5.00
50	Movilidad	1.50	75.00
	Subtotal		80.00

8.3. Total

Materiales.....	S/ 25.00
Servicios.....	S/ 80.00
Presupuesto total	S/ 105.00

9. Control y ejecución.

SEMANA 1

A. PARTICIPANTES:

- Cruzado Núñez, Franklin Jhampier.
- Rodríguez Ramírez, Willian Harvey.
- Valderrama Guzmán, Samuel Alejandro.

B. LUGAR Y HORA:

- **LUGAR:** Laboratorio de la I.E Julio Gutiérrez Solari del Centro Poblado de El Milagro – Huanchaco, habilitada para llevar acabo la ejecución del taller.
- **HORA:** 6:30 pm.

C. MATERIALES:

- Producto audiovisual.
- Fichas.

D. ANEXOS:





SEMANA 2

A. PARTICIPANTES:

- Cruzado Nuñez, Franklin Jhampier.
- Delgado Aguilar, Deivy.
- Guevara Alva, Fabrizio.

B. LUGAR Y HORA:

- **LUGAR:** Laboratorio de la I.E Julio Gutiérrez Solari del Centro Poblado de El Milagro – Huanchaco, habilitada para llevar acabo la ejecución del taller.
- **HORA:** 6:30 pm.

C. ACTIVIDADES:

- Identificar los tipos de impuntuales a través de una dinámica.

D. MATERIALES:

- Papel bond.
- Plumones.
- Cinta

E. ANEXOS:





SEMANA 3

A. PARTICIPANTES:

- Aguilar Delgado, Deivy.
- Cruzado Núñez, Franklin Jhampier.
- Linares Liñan, Marina.
- Navoa Chacón, Tamara.
- Guevara Alva, Ernesto.
- Valderrama Guzmán, Samuel.

B. LUGAR Y HORA:

- **LUGAR:** Laboratorio de la I.E Julio Gutiérrez Solari del Centro Poblado de El Milagro – Huanchaco, habilitada para llevar a cabo la ejecución del taller.
- **HORA:** 6:30 pm.

C. ACTIVIDAD:

- A través de un texto que se les brindó a los alumnos realizaron un story board, además se les enseñó el manejo de la cámara y se les explicó los tipos de ángulos para que luego procedan a grabar las escenas.

D. MATERIALES:

- Producto impreso (texto)
- Hojas bond.
- Cámara fotográfica.

E. ANEXOS:



SEMANA 4

A. PARTICIPANTES:

- Aguilar Delgado, Deivy.
- Angulo Miranda, Yofré.
- Bravo Rodriguez, Yeffri.
- Olivares Pérez, Anderson Jhoel.
- Cruzado Núñez, Franklin Jhampier.
- Guevara Alva, Ernesto.
- Valderrama Guzmán, Samuel.

B. LUGAR Y HORA:

- **LUGAR:** Laboratorio de la I.E Julio Gutiérrez Solari del Centro Poblado de El Milagro – Huanchaco, habilitada para llevar acabo la ejecución del taller.
- **HORA:** 6:30 pm.

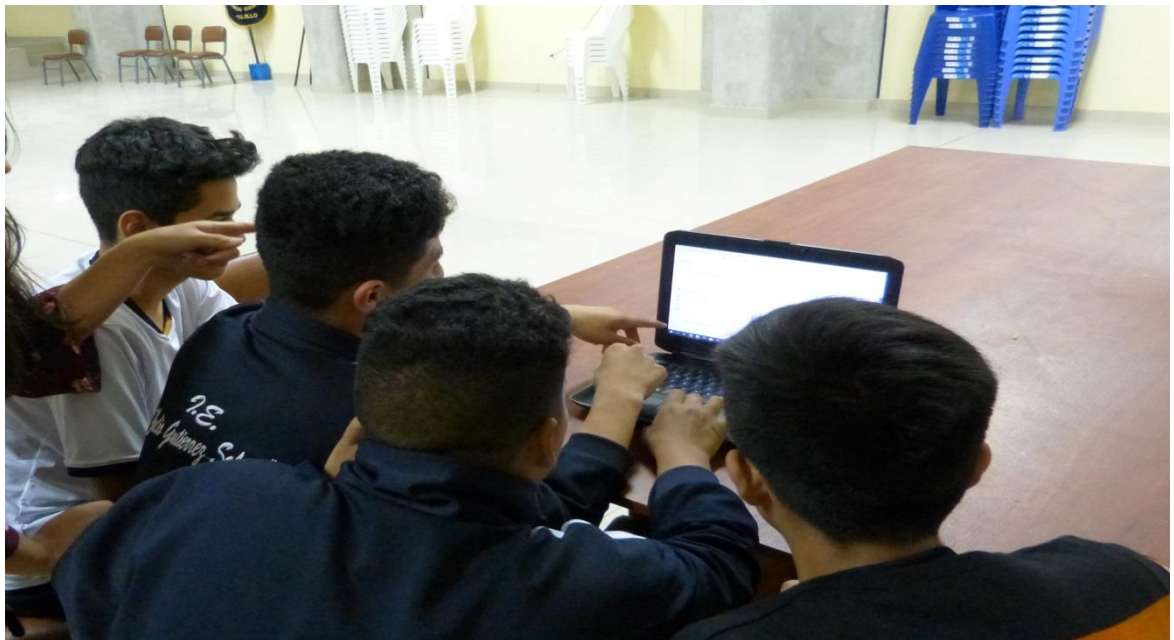
C. ACTIVIDAD:

- Los estudiantes procederán a la edición del video con la toma realizada,

D. MATERIALES:

- 2 Laptos.
- Cámara fotográfica.
- Cable.

E. ANEXOS:



SEMANA 5

A. PARTICIPANTES:

- Aguilar Delgado, Deivy.
- Olivares Pérez, Anderson Jhoel.
- Cruzado Núñez, Franklin Jhampier.
- Guevara Alva, Ernesto.
- Valderrama Guzmán, Samuel.

B. LUGAR Y HORA:

- **LUGAR:** Laboratorio de la I.E Julio Gutiérrez Solari del Centro Poblado de El Milagro – Huanchaco, habilitada para llevar acabo la ejecución del taller.
- **HORA:** 6:30 pm.

C. ACTIVIDAD:

- Los estudiantes obtendrán información de cómo realizar una pieza gráfica, luego ellos mismos elaboraran uno referente a las fiestas patrias.

D. MATERIALES:

- Hojas bond.
- 5 lápices.
- 2 laptos.

E. ANEXOS:



"FELICES FIESTAS PATRIAS"

VIVA EL PERÙ

FELIZ 28 DE JULIO





SEMANA 6

A. PARTICIPANTES:

- Aguilar Delgado, Deivy.
- Olivares Pérez, Anderson Jhoel.
- Cruzado Núñez, Franklin Jhampier.
- Guevara Alva, Ernesto.
- Valderrama Guzmán, Samuel.

B. LUGAR Y HORA:

- **LUGAR:** Laboratorio de la I.E Julio Gutiérrez Solari del Centro Poblado de El Milagro – Huanchaco, habilitada para llevar acabo la ejecución del taller.
- **HORA:** 6:30 pm.

C. ACTIVIDAD:

- Los estudiantes realizaran un video referente al taller, lo cual realizaran las tomas necesarias y procederán a la edición.

D. MATERIALES:

- 2 Laptos.
- 2 cámaras.
- Cables.
- 1 trípode.

E. ANEXOS:



10. EVALUACIÓN DE IMPACTO.

- Al realizar los diferentes talleres con los estudiantes que mayormente se basó en un trabajo de campo, se consiguió crear y establecer un lenguaje de comunicación que les permita a todos los miembros apropiarse de las actividades y ser personas activas en la realización y aplicación del plan; muy a parte que también mostraron responsabilidad y mejoramiento en su puntualidad.
- Antes de empezar las actividades programadas se realizaba una pequeña introducción del tema a tratar, esto nos permitió tener una mejor comunicación, interés y participación con los estudiantes.
- La participación obtenida fue una forma personal y colectiva en la que el individuo interviene en determinado proceso de forma activa. Para desarrollar los talleres fue necesario conocer los intereses de los estudiantes de manera en la que los mismos miembros a veces tomaban sus propias decisiones frente algún inconveniente presentado, fortaleciendo el valor de la responsabilidad y compromiso. Lo cual ha desarrollado un buen bienestar social.
- Durante el desarrollo del programa fue notorio la evolución de los estudiantes, no solo fortalecieron el valor de la puntualidad, llegando a tiempo a los talleres y mejorando en la asistencia en la misma institución a la que acuden, esto también arrastró otros valores respeto, solidaridad, responsabilidad: y valores morales como la bondad, generosidad y tolerancia.
- Es importante comentar que “la participación nace de la conciencia de que los problemas con los que convivimos en nuestra sociedad tienen soluciones, y éstas pasan por la participación activa y por la confianza de que esa apuesta agiliza y acelera las soluciones buscadas”, lo mencionado ayudó que los estudiantes se den cuenta que el cambio empieza por uno mismo, realizar las cosas correctamente, ser diferente, contar con más virtudes que defectos, esto permite que la gente copie lo bueno.

- RESULTADO 4

OBJETIVO: Evaluar el plan de comunicación alternativo.

DESCRIPCIÓN: Para poder evaluar el impacto del objetivo 3, se tuvo que elaborar un instrumento que evalué las mejoras obtenidas respecto al plan de comunicación alternativa propuesta.

FICHA DE EVALUACIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIÓN ALTERNATIVA

1. RELACIÓN CON EL PROPIO PLAN DE COMUNICACIÓN ALTERNATIVA.

MARCO DEL PLAN DE COMUNICACIÓN ALTERNATIVA		
¿Desarrollo el plan de comunicación alternativa basado en resultado a las evaluaciones realizadas?	SI	NO
Al desarrollar el Plan de Comunicación Alternativa ¿siguió un proceso estructurado?	SI	NO
¿Buscó la ayuda de información?	SI	NO
¿Definió claramente lo resultados previstos?	SI	NO

CONTENIDO DEL PLAN DE COMUNICACIÓN ALTERNATIVA		
¿Especifico el problema, los objetivos y el público?	SI	NO
¿Definió las estrategias de comunicación para garantizar la transparencia al grupo objetivo?	SI	NO
¿Relaciono los objetivos del plan con el programa realizado?	SI	NO
¿Creó un cronograma de acuerdo a las necesidades e interés del público?	SI	NO

ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN		
¿Describió las acciones previas que se llevaran a cabo en los talleres?	SI	NO
¿Definió y aprobó las responsabilidades con las autoridades y de la	SI	NO

gestión?		
¿Definió las responsabilidades de los beneficiarios?	SI	NO
¿Se consultó con expertos para validar y revisar el Plan de Comunicación Alternativa?	SI	NO

EVALUACIÓN Y REVISIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIÓN ALTERNATIVA		
---	--	--

¿Evaluó su Plan de Comunicación para determinar si cumplieron o no lo objetivos?	SI	NO
¿Las actividades propuestas fueron las adecuadas para cumplir con los objetivos del Plan de Comunicación?	SI	NO
¿Aprobó el plan de Comunicación el comité de supervisión (autoridades de la institución)?	SI	NO
¿Desarrollo un sistema de supervisión que permite determinar posibles desviaciones y brinda la posibilidad de tomar medidas correctivas?	SI	NO

IV. DISCUSIÓN

La comunicación es vital entre todo ser humano, por ende, es importante que dentro de las actividades cotidianas o dentro de una institución, se cuenten con mecanismos adecuados que permitan ejercer una comunicación efectiva para el correcto desempeño de actividades. En lo educacional, una comunicación efectiva coadyuva a crear y mantener un adecuado clima institucional, genera confianza en los estudiantes y docentes e incrementa las relaciones interpersonales sanas.

Bajo ese panorama, es interesante, conocer las estrategias pedagógicas que emplean los docentes, mucho más en el marco de la enseñanza de valores como la puntualidad. En la presente investigación, el primer objetivo a establecer ha sido: las estrategias pedagógicas que emplea la I.E Julio Gutiérrez Solari del Centro Poblado de El Milagro, para promover la puntualidad, encontrándose que todos los docentes entrevistados manifiestan desarrollar Estrategias Pedagógicas en Aula, y en su mayoría reconocen la importancia de estas en su quehacer diario. Asimismo, 3 de 5 docentes reconocen las estrategias que emplean con sus alumnos, en tanto que los 2 restantes no logran establecer las estrategias desarrolladas. Por otro lado, 3 de 5 docentes saben que las estrategias pedagógicas influyen positivamente en el aprendizaje, en tanto que los otros 2 docentes consideran que las estrategias pedagógicas no tienen ninguna repercusión.

En este sentido es importante recordar que el principal objetivo para los colegios y centros educativos es ofrecer la mejor educación, a través de diversos planes de estudio que formen ciudadanos integrales capaces de crear una sociedad más crítica y mejor preparada. Por ende, la comunicación dentro del salón de clases debe ser siempre un tipo de comunicación de doble vía; es decir se debe dejar a los estudiantes que ven la retroalimentación necesaria para asegurar el buen funcionamiento del curso. La calidad de la comunicación entre el profesor, así como las estrategias metodológicas que pueda emplear influye en la conducta y el éxito de cada alumno. En este sentido, Los estudiantes siempre prefieren a aquellos profesores con quienes pueden mantener una comunicación amigable, y evitarán aquellos maestros complicados.

En relación al segundo objetivo, se identificó a los estudiantes con mayor registro de impuntualidad y se establecieron las causas de las mismas, de los 7 alumnos, sólo 2 trabajan, y los 5 restantes solo se dedican a estudiar. Además, se comprobó que ninguno de los alumnos entrevistados tiene un horario adecuado de levantarse y la mayoría, inicia su día pasada las 9 de la mañana. Asimismo, de los entrevistados, en su totalidad, no cuenta con una rutina establecida; y sólo 1 alumno tiene responsabilidad familiar, la cual es hacerse cargo de su hermana menor. En este sentido se podría señalar que los alumnos entrevistados no poseen rutinas establecidas en el hogar que le ayuden a dosificar su tiempo y cumplir con las exigencias de la I.E., tal como llegar temprano a clases.

Bajo las luces de estos hallazgos, será importante recordar que, desde lo social, los valores son modelos ideales de realización personal que se plasman en la conducta a lo largo de la vida; son siempre una concepción personal de algo que es preferible para uno mismo o para el colectivo social, y desde la dirección, se consideran aprendizajes estratégicos relativamente estables en el tiempo, sustentados en la apreciación de que una forma de actuar es mejor que su opuesta para conseguir determinados fines.

Los valores compartidos refieren a un conjunto de valores identificados y transmitidos por la alta dirección con el propósito de que sean asumidos por los miembros de la organización. La internalización de los valores organizacionales es un proceso complejo que requiere de tiempo, transmisión, explicación y ejemplificación por parte de los directivos y de reflexión, razonamiento y comprensión por el resto del grupo (Bernal, 2013).

Sin embargo, uno de los valores que menos se pone en práctica es el valor de la puntualidad, puesto que en muchas personas se ha vuelto un hábito no cumplirlo. La puntualidad es el valor que se aplica para cumplir con tareas y responsabilidades en el debido momento. Esta virtud es valiosa en todas las etapas de la vida, debido a que desde niños y a medida que vamos creciendo adquirimos responsabilidades donde la puntualidad se convierte en una obligación (Cladéra, 2012).

En este sentido, la puntualidad es una actitud que se adquiere desde los primeros años de vida mediante la formación de hábitos en la familia, donde las normas y costumbres establecen horarios para cada una de nuestras actividades (Núñez, 2017). Además, la puntualidad es una regla que exige de la persona ejecutar determinada acción en un tiempo determinado, ya que, aunque la acción sea realizada satisfactoriamente, desequilibra el balance de tiempo de todas las demás. En síntesis, la puntualidad es una disciplina, que se adquiere con la práctica y con más o menos sacrificio según el temperamento de cada persona.

Para manejar adecuadamente el tiempo se necesita planeación y organización; es decir, optimizar el tiempo requiere que nuestras acciones tengan una dirección; elaborar un horario ayuda a una mejor distribución del tiempo e impide vacilar acerca de lo que se va a hacer, y permite valorar los resultados de una planeación adecuada (González, 2013).

Si se quiere crear alumnos/as responsables, respetuosos, eficaces y ordenados, el valor que se debe fomentar es la puntualidad. Ésta es una actitud que se adquiere desde los primeros años de vida, mediante la formación de hábitos en la familia, donde las normas y costumbres establecen horarios para cada una de nuestras actividades.

Bajo estos resultados se formuló la realización de un plan de comunicación alternativa para el fomento de valores en los estudiantes que vaya acorde a la realidad de la Institución Educativa, de 6 sesiones de aproximadamente 30 minutos, empleando estrategias vivenciales y dinámicas en donde se buscó fortalecer el conocimiento del valor de la puntualidad en los estudiantes del tercer año de la I.E Julio Gutiérrez Solari, durante el desarrollo de las primeras sesiones; ejemplificar las diferentes acciones que conlleven al mejoramiento del valor de la puntualidad en los estudiantes; y Evaluar el impacto de la ejecución del programa ‘Impuntuales en acción’.

El plan de comunicación alternativa, se basó en un trabajo de campo, se consiguió crear y establecer un lenguaje de comunicación que permitió a todos los miembros apropiarse de las actividades, siendo entes activa en la realización y aplicación del

plan; demostrando responsabilidad y mejoramiento en su puntualidad. En cada sesión, antes de iniciar las actividades programadas se realizaba una pequeña introducción del tema a tratar, esto permitía tener una mejor comunicación, interés y participación con los estudiantes. De este modo, la participación obtenida fue de forma personal y colectiva, interviniendo de forma activa. Asimismo, para desarrollar los talleres fue necesario conocer los intereses de los estudiantes para que las sesiones estén basadas en sus propias necesidades y motivaciones, tomando decisiones oportunas, fortaleciendo el valor de la responsabilidad y el compromiso.

Durante el desarrollo del programa fue notorio la evolución de los estudiantes, no solo fortalecieron el valor de la puntualidad, llegando a tiempo a los talleres y mejorando en la asistencia a la institución educativa, sino, además, se vieron fortalecidos, valores como el respeto, solidaridad, y tolerancia.

En este sentido, es importante acotar que al finalizar el plan, se realizó una ficha de evaluación de la misma, en donde se logró establecer que el Marco, Contenido, Organización y Gestión del Plan Alternativo, han estado correctamente desarrollados, de mostrando objetividad y compromiso

V. CONCLUSIONES.

- Al iniciar con el Plan de Comunicación Alternativo, ya contábamos con un porcentaje de alumnado que sería nuestro público específico.
- De los alumnos que conformarían el público para la ejecución del Plan de Comunicación Alternativo, la mayoría no tenía responsabilidad familiar o laboral que justifique las tardanzas.
- Al llevar a cabo el Plan de Comunicación Alternativo, los alumnos solían al principio llegar relativamente tarde, justificándose con diferentes motivos.
- En el desarrollo del Plan de Comunicación Alternativo, se percató que la metodología de ejecución, dinámica y de campo, ayudaba al compromiso y motivación del alumnado.
- Al finalizar el Plan de Comunicación Alternativo se concluye que este ayudo a incrementar la puntualidad en los alumnos beneficiados, además de otros valores implícitos.

VI. RECOMENDACIONES

- En primera instancia, dar a conocer los resultados a las autoridades competentes, para su conocimiento y difusión.
- Llevar a cabo el Plan de Comunicación Alternativo en todos los alumnos con índices de impuntualidad elevados u otros valores.
- Fortalecer el Plan de Comunicación Alternativo, con la finalidad de fortalecer otros valores y que este sea compartido en otras instituciones educativas con poblaciones con características similares.
- Ampliar el estudio, tornando la investigación cualitativa en cuantitativa, pudiendo de este modo, tener un panorama de la magnitud de los alcances del Plan de Comunicación Alternativo.

VII. REFERENCIA.

- Álvarez, J., Camacho, S. y Maldonado, G. (2016). La investigación cualitativa. *Revista Xicua*, 21(3), 23-31. Recuperado de: <https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/tlahuelilpan/n3/e2.html>
- Amaya, L. (2015). *Diseños de Investigación Cualitativos*. Recuperado de: http://homepage.cem.itesm.mx/amaya.arribas/disen%C3%B3_cualitativo.pdf
- Bernal, M. (2013). *La formación de valores en los adolescentes*. México D.F., México: Panorama Editorial.
- Capriotti, P. (2009). *Branding Corporativo, Fundamentos para la gestión estratégica de la Identidad Corporativa*. Santiago de Chile, Chile: Editorial Andros Impresores.
- Davis, K. y Newstrom, J. (2002). *Comportamiento Organizacional*. México D.F., México: Editorial McGraw-Hill.
- Díaz, I. (2016). *Estrategias de comunicación en redes sociales*. Barcelona, España: Editorial Gedisa.
- Flores, J. (2003). *El Plan de Comunicación, Integrador de la Visibilidad Empresarial*. Recuperado de: <http://www.infosol.com.mx/espacio/cont/trinchera/plancom.html>
- Gutiérrez, L. (2017). Estrategia de marketing para el sector educativo. México D.F., México: Media Source. Recuperado de: <https://www.mediasource.mx/estrategia-de-marketing-para-el-sector-educativo>
- Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación (5ta Edición)*. México D.F., México: Editorial McGraw Hill.
- Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación (6ta Edición)*. México D.F., México: Editorial McGraw Hill.
- Hunt, P. et al (2009). Research Article: Collaborative teaming to support students with augmentative and alternative communication needs in general education classrooms, *Diario Augmentative and alternative communication*, Volume (18),

(25-35). Recovered from:
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/aac.18.1.20.35>

La Rosa, S. (2014). *Ética y valores con enfoque en competencias*. Quito, Ecuador: Editorial Educatemas.

Lostanau, F. (2003). *Comunicación Empresarial e Institucional*. Madrid, España: Editorial Universitas.

Macines, J. (2015). Espacios interactivos de comunicación y aprendizaje. La construcción de identidades. *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento*, 5(2), 56-61. Recuperado de:
http://www.uoc.edu/rusc/5/2/dt/esp/ortega_gacitua.pdf.

Martínez, A., y Nosnik, A. (1999). *Comunicación Organizacional Practica Manual Gerencial*. México D.F., México: Editorial Trillas.

Noriega, J. (2014). *Las tecnologías de la información y la comunicación en adolescentes* (Tesis de maestría). Universidad de Extremadura, Badajoz, España. Recuperado de:
http://dehesa.unex.es/bitstream/handle/10662/6531/TDUEx_2014_Noriega_Cruz.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Orihuela, J. (2008). Internet: la hora de las redes sociales. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas REIS*, 25(2), 118-133. Recuperado de:
http://mccd.udc.es/orihuela/documentos/nueva_revista_08.pdf

Plataforma de Voluntariado de España (2007). *Plan Estratégico de la Plataforma de Voluntariado de España 2008-2011*. Recuperado de:
http://ibdigital.uib.es/greenstone/collect/portal_social/index/assoc/pve0002.dir/pve0002.pdf

Robbins, P. (2004). *Comportamiento Organizacional*. México D.F., México: Editorial Pearson Prentice Hall.

Robbins, P. y Coulter, M. (2005). *Administración*. México D.F., México: Editorial Pearson Educación.

Salgado, A. (2007). Investigación cualitativa: diseños, evaluación del rigor metodológico y retos. *Revista Liberavit*, 13(13), 9-16. Recuperado de:

http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1729-48272007000100009.

Sánchez, A. (2000). *Redacción Avanzada*. México D.F., México: Internacional Thomson Editores.

Scholsser, R. (2009). Research Article: Social validation of interventions in augmentative and alternative communication, *Augmentative and alternative communication*, Volume (15), (234-247). Recovered from: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/07434619912331278775>

Valdez, A. (2007). *Propuesta de un plan de comunicación interno para el área de cuartos del Hotel Viva Clarion Suites de Guatemala* (Tesis de pregrado). Universidad Rafael Landívar, Guatemala de La Asunción, Guatemala.

Vera, L. y Ponce, P. (2016). *La investigación cualitativa*. Recuperado de: <http://ponce.inter.edu/cai/Comite-investigacion/investigacion-cualitativa.html>.

ANEXOS

Anexo N° 1

Entrevista a los docentes para identificar las estrategias pedagógicas de la I.E. Julio Gutiérrez Solari del Centro Poblado de El Milagro- Huanchaco.

1. ¿Qué estrategia pedagógica utiliza con sus alumnos?
2. ¿Considera que las estrategias pedagógicas son importantes para el aprendizaje del estudiante?
3. ¿Cuál es la estrategia pedagógica que utiliza con mayor frecuencia para explicar y motivar a sus alumnos?
4. ¿Considera que la estrategia pedagógica utilizada influencia en los alumnos?

Anexo N° 2

Entrevista para identificar los factores respecto a la impuntualidad en los estudiantes de 3° grado de secundaria de la I.E. Julio Gutiérrez Solari del Centro Poblado de El Milagro- Huanchaco.

1. DATOS INFORMATIVOS

1.1. AÑO Y SECCIÓN: _____

1.2. EDAD - SEXO: _____

1.3. FECHA DE APLICACIÓN: _____

2. CARACTERIZACIÓN DEL PROBLEMA

2.1. ¿Llegas puntual a la I.E?

2.2. ¿Aparte de asistir a la I.E trabajas?

2.3. ¿A qué hora te levantas?

2.4. ¿Ayudas en casa?

2.5. ¿Eres responsable de algún familiar?

Anexo 3.

OBJETIVOS	INSTRUMENTOS
Identificar las estrategias pedagógicas que emplea la I.E. Julio Gutiérrez Solari del Centro Poblado de El Milagro, para promover la puntualidad.	Entrevista a docentes para identificar los sistemas de comunicación convencionales de la I.E. Julio Gutiérrez Solari del Centro Poblado de El Milagro
Identificar las diversas problemáticas que conlleven a la impuntualidad en los estudiantes de tercer grado de secundaria de la I.E. Julio Gutiérrez Solari del Centro Poblado de El Milagro.	Entrevista para identificar la problemática de los estudiantes de 3° grado de secundaria de la I.E. Julio Gutiérrez Solari del Centro Poblado de El Milagro
Diseñar un plan de comunicación alternativa para el fomento de valores en los estudiantes que vaya acorde a la realidad de la Institución Educativa.	Diseño del Plan de Comunicación Alternativa
Evaluar el plan de comunicación alternativa propuesto	En base al diseño del Plan de Comunicación Alternativa elaborar un instrumento que evalúe las mejoras obtenidas

Anexo 4.

Entrevista a los alumnos.



**CRUZADO NÚÑEZ, FRANKLIN
JHAMPIER.**

Año y Sección: 3 – A

Edad y Sexo: 15 años- Masculino.



**RODRÍGUEZ RAMÍREZ,
WILLIAN HARVEY.**

Año y Sección: 3 – A

Edad y Sexo: 14 años – Masculino.



**GARCÍA ESPARZA, JESÚS
RAFAEL.**

Año y Sección: 3 – B

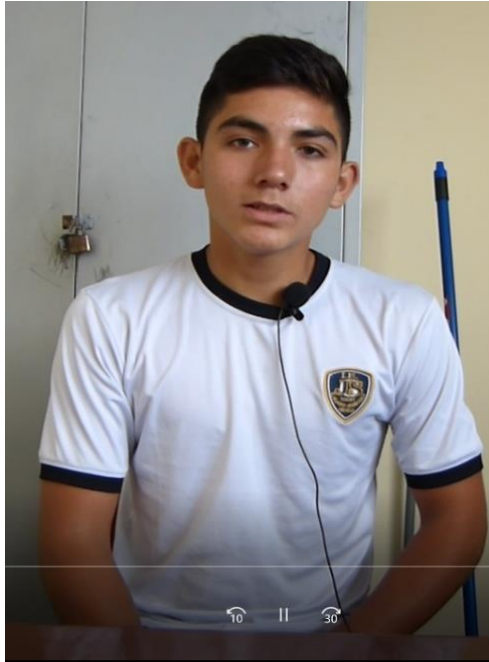
Edad y Sexo: 14 años- Masculino.



**CASTREJON PAISING, ANA
PRISCILA.**

Año y Sección: 3 – D

Edad y Sexo: 14 años- Femenino.



**OLIVARES PÉREZ,
ANDERSON JHOEL.**

Año y Sección: 3 – E

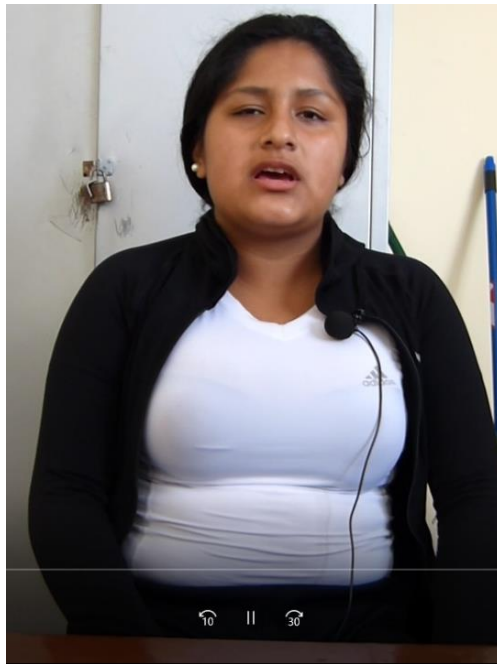
Edad y Sexo: 15 años- Masculino.



**VALDERRAMA GUZMÁN,
SAMUEL ALEJANDRO.**

Año y Sección: 3 – E

Edad y Sexo: 15 años- Masculino.



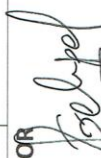
VARGAS SANTOS, KATHERINE GISSEL.

Año y Sección: 3 – F

Edad y Sexo: 15 años- Femenino.


MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

TÍTULO: PLAN DE COMUNICACIÓN ALTERNATIVA PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA PUNTUALIDAD EN ESTUDIANTES DE LA I.E JULIO GUTIERREZ SOLARI EL MILAGRO – HUANCHACO.

NOMBRE DEL INSTRUMENTO	ENTREVISTA			
OBJETIVO	Identificar las estrategias pedagógicas que emplea la I.E Julio Gutiérrez Solari del centro poblado del Milagro, para promover la puntualidad.			
APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR	RIOS INCU PEZUE ANDERSON.			
GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR	MAGISTER.			
VALORACIÓN				
MUY ALTO	ALTO <input checked="" type="checkbox"/>	MEDIO	BAJO	MUY BAJO
FIRMA DEL EVALUADOR 				


MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO


TÍTULO: PLAN DE COMUNICACIÓN ALTERNATIVA PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA PUNTUALIDAD EN ESTUDIANTES DE LA I.E. JULIO GUTIERREZ SOLARI, EL MILAGRO- HUANCHACO.

NOMBRE DEL INSTRUMENTO	ENTREVISTA			
OBJETIVO	Identificar las estrategias pedagógicas que emplea la I.E Julio Gutiérrez Solari del centro poblado de El Milagro, para promover la puntualidad.			
APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR	JEDA DÍAZ LINO CHRISTIAN			
GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR	Maestro en Relaciones Públicas			
VALORACIÓN				
MUY ALTO	ALTO	MEDIO	BAJO	MUY BAJO
FIRMA DEL EVALUADOR  CPP N° 548				

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

TÍTULO: PLAN DE COMUNICACIÓN ALTERNATIVA PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA PUNTUALIDAD EN ESTUDIANTES DE LA I.E JULIO GUTIERREZ SOLARI EL MILAGRO – HUANCHACO.

NOMBRE DEL INSTRUMENTO	ENTREVISTA			
OBJETIVO	Identificar los diversas problemáticas que conllevan a la impuntualidad en los estudiantes del tercer grado de secundaria de la I.E Julio Gutiérrez Solari del centro Poblado de El Milagro.			
APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR	Isguiero Harin, Sandra Sofia.			
GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR	Doctora en Psicología.			
VALORACIÓN				
MUY ALTO	ALTO	MEDIO	BAJO	MUY BAJO
	<input checked="" type="radio"/>			
FIRMA DEL EVALUADOR				
 <small> INSTITUCIÓN EDUCATIVA "JULIO GUTIERREZ SOLARI" - HUANCHACO Dra. Sandra S. Isguiero Harin PSICÓLOGA C.P.P. 14319 </small>				

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO				
TÍTULO: Plan de comunicación alternativa para el fortalecimiento del valor de la puntualidad en los estudiantes de la I.E Julio Gutiérrez Solari, El Milagro – Huanchaco.				
NOMBRE DEL INSTRUMENTO	PLAN DE COMUNICACIÓN			
OBJETIVO	Diseñar un plan de comunicación alternativa para el fomento de valores en los estudiantes que vaya acorde a la realidad de la Institución Educativa, involucrando a los padres de familia, docentes, autoridades institucionales y comunidad.			
APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR	Ms. Alvarez Carrasco, Miguel Angel			
GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR	Maestro en Educación			
VALORACIÓN				
MUY ALTO	ALTO ✓	MEDIO	BAJO	MUY BAJO
FIRMA DEL EVALUADOR				
				

MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO				
TÍTULO: Plan de comunicación alternativa para el fortalecimiento del valor de la puntualidad en los estudiantes de la I.E Julio Gutiérrez Solari, El Milagro – Huanchaco.				
NOMBRE DEL INSTRUMENTO	PLAN DE COMUNICACIÓN			
OBJETIVO	Diseñar un plan de comunicación alternativa para el fomento de valores en los estudiantes que vaya acorde a la realidad de la Institución Educativa, involucrando a los padres de familia, docentes, autoridades institucionales y comunidad.			
APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR	<i>SAEZ VALLE, NARSO ALBERTO</i>			
GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR	<i>MG. RELACIONES PÚBLICAS E IMAGEN INSTITUCIONAL</i>			
VALORACIÓN				
<i>MUY ALTO</i>	ALTO	MEDIO	BAJO	MUY BAJO
FIRMA DEL EVALUADOR				
<i>Narso Saez Valle</i>				



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

“Año de la lucha contra la corrupción y la impunidad”

CARGO

Trujillo, 10 de abril de 2019

OFICIO N° 051-2019/D.CC.CC.-UCV

Dra.
MARIANELLA ALFARO BAZÁN
DIRECTORA DE LA I.E JULIO GUTIERREZ
SOLARI
EL MILAGRO
Presente.

SOLICITA: AUTORIZACIÓN PARA DESARROLLAR PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

De mi consideración:

Tengo el agrado de dirigirme a usted para expresarle mi cordial saludo, y al mismo tiempo presentarles a los estudiantes BECERRA RUIZ DIANA ELIZABETH y TEJADA NAMOC CRISTHIAN JONEL, pertenecientes al X ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación.

Los estudiantes en mención están desarrollando su Proyecto de Investigación titulado: “Plan de Comunicación Alternativa para el Fortalecimiento de la Puntualidad en estudiantes de la I.E JULIO GUTIERREZ SOLARI”, por tal razón solicita a su despacho la autorización para aplicar entrevistas, talleres y charlas a los del 3° grado de secundaria, con el fin de obtener datos necesarios para el desarrollo de su trabajo.

Esperando recibir una respuesta satisfactoria, aprovecho la oportunidad para expresarle las muestras de mi especial consideración y estima personal.

Atentamente,


DRA. SONIA ALVARADO DEL ÁGUILA
Directora
Escuela de Ciencias de la Comunicación



CAMPUS TRUJILLO
Av. Larco 1770.
Tel.: (044) 485 000. Anx.: 7000.
Fax: (044) 485 019.

fb/ucv.peru
@ucv_peru
#saliradelante
UCV

VIERNES 26 DE ABRIL DEL 2019.

SEÑORES:

PADRES DE FAMILIA DEL ALUMNO(a) DEL TERCER GRADO DE SECUNDARIA DE LA I.E JULIO GUTIERREZ SOLARI.

Cordial saludo:

Con el permiso correspondiente de la Directora Marianella Alfaro Bazán de la Institución Educativa Julio Gutiérrez Solari, solicitamos su aprobación para que sus menores hijos puedan asistir los días Martes, Miércoles y Viernes a unos talleres realizados por los estudiantes de la Universidad Cesar Vallejo que vienen aplicando un trabajo de investigación con el objetivo de fortalecer el desarrollo del valor de la puntualidad. Dichos talleres se llevarán a cabo al culminar sus clases con una duración de 30 minutos, durante los meses de Abril, Mayo y Junio del presente año.

Horario: Martes – Miércoles – Viernes: **6:30pm – 7:00pm.**

Agradecemos de ante mano la aceptación de la solicitud y su apoyo.



MINISTERIO DE EDUCACIÓN
I.E. Nº 80081 JULIO GUTIERREZ SOLARI
EL MILAGRO - HUANCHACO

Marianella J. Alfaro Bazán
Dra. Marianella J. Alfaro Bazán
DRA: DIRECTORA

MARIANELLA J. ALFARO BAZAN