

**REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL**

***“DIAGNÓSTICO INTERNO DE LA IMAGEN DE LA ESCUELA  
SECUNDARIA FEDERAL “EDUCACIÓN Y PATRIA”***

**Autor: Iván Ozuna Catalán**

**Tesis presentada para obtener el título de:  
Maestro Yn Comunicación**

**Nombre del asesor:  
Francisco Javier Pérez Rodríguez**

Este documento está disponible para su consulta en el Repositorio Académico Digital Institucional de la Universidad Vasco de Quiroga, cuyo objetivo es integrar, organizar, almacenar, preservar y difundir en formato digital la producción intelectual resultante de la actividad académica, científica e investigadora de los diferentes campus de la universidad, para beneficio de la comunidad universitaria.

Esta iniciativa está a cargo del Centro de Información y Documentación “Dr. Silvio Zavala” que lleva adelante las tareas de gestión y coordinación para la concreción de los objetivos planteados.

Esta Tesis se publica bajo licencia Creative Commons de tipo “Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada”, se permite su consulta siempre y cuando se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras derivadas.





# **UNIVERSIDAD VASCO DE QUIROGA**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN**

## **“DIAGNÓSTICO INTERNO DE LA IMAGEN DE LA ESCUELA SECUNDARIA FEDERAL “EDUCACIÓN Y PATRIA”**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:  
MAESTRO EN COMUNICACIÓN  
CON TERMINAL EN ADMINISTRACIÓN DE LA IMAGEN INSTITUCIONAL**

**PRESENTA:  
IVÁN OZUNA CATALÁN**

**ASESOR:  
FRANCISCO JAVIER PÉREZ RODRÍGUEZ**

**MORELIA, MICH., ENERO DE 2015**

## ÍNDICE

	Pág.
<b>Justificación</b>	<b>4</b>
<b>Definición del problema</b>	<b>6</b>
<b>Objetivo General</b>	<b>6</b>
<b>Objetivo Particular</b>	<b>6</b>
<b>Preguntas de investigación</b>	<b>7</b>
<b>Hipótesis</b>	<b>7</b>
<b>Procedimiento metodológico</b>	<b>8</b>
<b>Investigación documental</b>	<b>9</b>
<b>CAPITULO I : IMAGEN</b>	
<b>1.1 Concepto de imagen</b>	<b>11</b>
<b>1.2 La imagen: eikon e imagno</b>	<b>12</b>
<b>1.3 Condiciones propias de la imagen corporativa</b>	<b>13</b>
<b>1.4 Imagen Corporativa</b>	<b>14</b>
<b>1.5 Posicionamiento de la Imagen</b>	<b>15</b>
<b>1.6 Funciones de la imagen</b>	<b>16</b>
<b>1.7 Imagen como elemento comunicador</b>	<b>17</b>
<b>1.8 Construcción de la Imagen</b>	<b>21</b>
<b>1.9 Los trabajadores también proyectan una imagen</b>	<b>24</b>

## **CAPITULO II: EDUCACIÓN EN EL ESTADO DE MICHOACAN**

<b>2.1 Educación en el Estado de Michoacán</b>	<b>28</b>
<b>2.2 Reformas políticas de 1993</b>	<b>30</b>
<b>2.3 Contexto actual</b>	<b>31</b>

## **CAPITULO III: LOS SINDICATOS DE LA EDUCACIÓN**

<b>3.1 El Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación (SNTE)</b>	<b>35</b>
<b>3.2 Lineamientos de la Coordinadora Nacional de Trabajadores De la Educación (CNTE)</b>	<b>37</b>
<b>Descripción de resultados</b>	<b>38</b>
<b>Conclusiones de los resultados gráficos</b>	<b>66</b>
<b>Conclusiones generales</b>	<b>73</b>
<b>Recomendaciones o sugerencias</b>	<b>74</b>
<b>Bibliografía</b>	<b>76</b>

## ***Dedicatoria:***

*Este proyecto lo quiero dedicar a mis padres: Santiago Ozuna y Ana María Catalán; porque han sido un pilar fundamental en mi vida. Agradezco sus consejos, su apoyo moral y económico y sobretodo la paciencia que tuvieron para que pudiera lograr esta meta, titularme en el postgrado.*

*A mi hermano César, de quien siempre he tenido admiración y respeto, y que ha sido un ejemplo a seguir en mi vida. Gracias por todo hermano.*

*A la vida, que me ha permitido compartir excelentes vivencias y aprendizajes. Sobre todo, que me concedió cumplir una meta más para lograr mi misión.*

## **Justificación**

Según la Real Academia de la Lengua, educación la define como: *crianza, enseñanza y doctrina que se imparte a niños y jóvenes*. La educación es una de las mejores armas que podemos tener para nuestra vida futura. Atravesar cada uno de los niveles escolares nos ayuda a escalar al éxito de nuestra vida profesional.

La secundaria, es el fin de la educación básica en México. Dando inicio a lo que conocemos como educación media superior, pues desde estas instancias se comienza a dirigir nuestro destino profesional.

La comunidad de La Mira, en el estado de Michoacán, cuenta con una secundaria privada y una federal, además de la construcción de una secundaria técnica federal.

Desde hace más de 25 años, la Escuela Secundaria Federal “Educación y Patria” ha realizado una labor social y educativa en esta comunidad. Según datos de la institución, la escuela cuenta con una plantilla de 60 docentes, dicha institución se logró consolidar como una de las mejores escuelas de la región y que, aproximadamente, 320 alumnos concluyen sus estudios de secundaria cada ciclo escolar. Dichos datos fueron proporcionados por el área administrativa de la institución.

Hoy en día la institución se ha visto involucrada en conflictos que afectan su imagen y a pesar de los esfuerzos que la Secretaría de Educación Pública (SEP) realiza por mantener esta institución, los intentos han sido en vano. La poca eficiencia de los directivos que han formado parte de la institución, han debilitado la imagen de la escuela. No obstante, los docentes continúan con su labor educativa día con día.

La imagen es la carta de presentación y recomendación con que cuenta una empresa o una institución, y de ella dependerá el éxito de la misma.

A través de los años la secundaria “Educación y Patria” ha sido reconocida a nivel regional, por el nivel académico y las instalaciones con las que cuenta. Al mismo tiempo que la competencia ha hecho lo suyo.

Instituciones privadas ofrecen educación secundaria en la comunidad de La Mira, Michoacán. Siendo competencia directa de instituciones Públicas Federales o Técnicas.

Durante los últimos tres años, el conflicto no ha visto una solución definitiva, permaneciendo y afectando a los intereses de la institución. Mientras que los educadores han tomado dos labores, trabajar con los alumnos en las aulas y la lucha que tienen por restablecer el orden.

A causa de los conflictos que afectan la imagen de la institución, el crecimiento de la población estudiantil y la competencia en materia de educación secundaria; se originó la necesidad de crear el presente proyecto en el cual se realizara un diagnóstico en donde se obtuvieran los puntos débiles y fuertes de la institución, para así mismo generar sugerencias o recomendaciones para su aplicación.

Esta investigación se divide en tres puntos:

Un marco teórico, en el que se abordan la importancia de la imagen en una institución; así como también, la educación en el estado de Michoacán y los sindicatos magisteriales.

La descripción y análisis de resultados obtenidos, a través de un estudio realizado al interior de la institución.

Y la generación de recomendación o sugerencia, en base a los resultados obtenidos en la investigación aplicada.

## **Definición del problema**

El número de alumnos por grupo, se ha reducido notablemente debido a conflictos internos y división del personal docente, provocando la disminución de matrículas y deserción.

Además de que existe un desgaste en su imagen, debido a que se dejó de innovar, a través de actividades culturales y sociales. Así como también, su participación a nivel regional en eventos escolares se ha visto mermada.

Dichos sucesos obligaron a realizar un estudio y hacer un diagnóstico sobre la percepción que tiene la comunidad educativa, sobre su responsabilidad en la construcción de la Imagen de la Escuela Secundaria Federal “Educación y Patria”.

Para obtener resultados en esta investigación, se trabajó con personal docente, personal administrativo y un grupo de alumnos de diferente grado escolar.

## **Objetivo General**

Conocer la percepción que tiene la comunidad educativa de la Escuela Secundaria General “Educación y Patria” y su responsabilidad en la construcción de su imagen institucional.

## **Objetivos particulares**

1. Conocer el ambiente laboral de la institución.
2. Conocer la percepción que tienen los docentes y personal administrativo de su responsabilidad en la construcción de la imagen de su escuela.
3. Conocer la percepción que tienen los alumnos de su responsabilidad en la construcción de la imagen de la escuela.
4. Identificar las debilidades y las fortalezas presentes en la imagen de esta institución en la comunidad educativa.
5. A partir de este diagnóstico generar propuestas orientadas a impulsar las fortalezas y atenuar las debilidades.

## **Preguntas**

¿Qué percepción tiene el cuerpo docente y administrativo sobre su responsabilidad en la construcción de la imagen de su escuela?

¿Qué percepción tienen los alumnos sobre su responsabilidad en la construcción de la imagen de su escuela?

¿Cuáles son las debilidades y fortalezas de esta imagen y de la responsabilidad de estos actores para el mejoramiento de dicha imagen?

A partir de este diagnóstico, ¿qué recomendaciones pueden realizarse a la comunidad educativa?

## **Hipótesis**

1. Existe una mala imagen institucional, por parte del personal de la escuela, falta de confiabilidad e innovación.
2. Los alumnos perciben una imagen institucional poco confiable y desgastada.
3. La comunidad educativa percibe muchos aspectos negativos de la institución, como falta de liderazgo de los directivos; sin embargo, existe un sentido de compromiso por parte del personal docente.
4. Existe un mal ambiente laboral.
5. Es necesario la generación de propuestas para mejorar la imagen institucional.

## **Metodología**

La presente investigación tuvo un enfoque de corte cualitativo, por lo que se buscó otras herramientas que tengan como objetivo captar aspectos, características y cualidades que presente el objeto de estudio. Para obtener resultados y llevar a cabo un análisis y crear recomendaciones, se aplicarán encuestas de giro cuantitativo, a través del cual se plantearán ítems que vayan dirigidos a cumplir con los objetivos marcados en el proyecto. Señala López (1998, pág. 33) que, “debido a su uso y difusión, la encuesta es la representante por excelencia en la técnica de análisis social”

Dicho instrumento se dividirá en cinco temas:

- Condiciones ambientales de trabajo
- Condiciones de trabajo
- Relaciones sociales
- Liderazgo
- Comunicación con los directivos

Así como también dos apartados que abordan temas de: puntualidad, compromiso, integración, comunicación con las autoridades, organización de la institución, motivación para el desempeño laboral, presentación personal de los directivos y docentes y unión y solidaridad. Además de la calificación de dos criterios que conducirán al resultado de las encuestas: imagen institucional y ambiente laboral.

Una vez aplicadas las encuestas, contabilizarán los resultados y se graficarán los mismo, para realizar el análisis del contenido.

Cumplidos los pasos anteriores, se comenzará generar sugerencias, en base a los resultados obtenidos; para pasar a concluir con las conclusiones y verificar que la hipótesis planteada en un principio, se verifique.

## **Investigación documental**

La importancia del cuidado de la imagen es de gran importancia para la vida de una empresa o institución, comenta Pérez (2005, pág. 4) que “la construcción de una imagen institucional integral, bien definida, que evite contradicciones en el mensaje hacia el cliente y con ello obtener credibilidad y confianza”. El profesionalismo del personal, es pieza fundamental para el desarrollo de una empresa. De ahí parte la credibilidad y confianza que la institución brinde al consumidor.

Francisco Pérez, en su tesis: “Diagnóstico interno de la imagen de la Universidad Vasco de Quiroga, 2005”, plantea la necesidad de un estudio donde se observan factores que pueden estar debilitando la imagen institucional y a partir de ellos, seguir con la creación de un manual de administración de la imagen. Con el objetivo de cuestionarse si dicha institución tiene seguridad, credibilidad y confianza, para con su comunidad educativa y al mismo tiempo poder exteriorizarse como una institución sólida.

Magali Montés con su trabajo de investigación: “Acercamiento a la UVAQ: diagnóstico de su Imagen Institucional, 2004”, diagnóstico la imagen que tienen los estudiantes inscritos en el campus de Santa María, sobre la institución. Anteponiendo los estímulos de calidad que emite dicha institución educativa. Dicho estudio realizado, obtuvo buenos resultados, al comprobarse que la comunidad estudiantil siente identificado y orgulloso de pertenecer esta institución.

# **CAPÍTULO I**

LA IMAGEN, CONCEPTO GENERAL.

"Más vale una imagen que mil palabras"

... Mao- Tsedong

## 1.1 Concepto de Imagen

La imagen tiende a convertirse en sustituta del pensamiento, según Roger Gerard Schwartzberg (1978, pág. 10). Al pensar en el significado de la palabra imagen, instantáneamente se viene a la mente una fotografía o alguna figura referente a algo, pero la imagen no necesariamente tiene que ser algo visual. Podemos tener imágenes preconcebidas mediante el uso de los diferentes sentidos, es decir, al escuchar una sonora armonía de claxon y motores automovilísticos rugiendo, nos viene a la mente una imagen de un embotellamiento vial.

Barnés (1977, pág. 11) cita a José María Casasús (1991): *“la imagen es como una figura o representación mental de alguna cosa percibida por los sentidos”*

Cuando hablábamos de imagen, en seguida es asociado con algún producto comercial, por ejemplo, cuando se habla de los automóviles Toyota, se habla de confort, tecnología, seguridad, eficiencia; esta empresa se ganó su excelente reputación gracias a los altos estándares de calidad que tienen para la construcción de sus vehículos.

Barnés (1977, pág. 8) cita a Amparo Palacios Mejía (1983) quien asegura que *“la imagen, su valor expresivo y comunicativo, constituye uno de los elementos más importantes en el desarrollo de la cultura y en la comunicación del pensamiento”*

La imagen es una característica real que etiqueta con cierto sentido de mercancía o marca; es por eso que al mencionar la palabra *imagen* hacemos la comparación con un producto comercial de consumo común.

Gómez de Liaño (1989) citado por Barnés (1977, pág, 10) piensa que la imagen puede llegar a colocarse por delante del gran poder mediático y afirma que *“es inconcebible cualquier forma de actividad humana civilizada o cualquier acción social decisiva, sin que se cuente con el componente imaginario”*.

Entonces podemos conceptualizar el término imagen como la expresión y percepción, física o mental, obtenida a través de los sentidos; de líneas, símbolos o cuerpos representada en un ámbito social.

## 1.2 La imagen: eikon e imagno

Existe una confusión frecuente debido a la ambigüedad que presenta la palabra *imagen*, ésta se puede interpretar mediante una fotografía, la transmisión que reproduce a través de un televisor, la proyección del carácter de una persona, etc. Pero imagen se va a entender únicamente de dos maneras: *eikon*, imagen visual, e *imagno*, imagen mental.

En los últimos años, la sociedad se ha visto inmersa en una revolución visual sin precedentes. Estamos siendo bombardeados de imágenes como la propaganda, señales de tráfico, paneles luminosos, carteles y de todo tipo de publicidad. Gordo (2003, pág. 183) define a la imagen visual “como la percepción que se tiene de una persona o institución por parte de sus grupos objetivo como consecuencia del uso de estímulos dirigidos al sentido de la vista”. Las empresas son las que se sirven de este lenguaje visual y recursos técnicos y mediáticos como intermediario entre ella y su público.

Aunque la imagen visual no es el todo de la empresa, es una herramienta que nos invita a conocer la imagen corporativa, empresarial o institucional por la que se rige toda empresa.

Así también, la imagen personal tiene su sentido de *eikon*, pues el aspecto físico, la presencia e inclusive el *look*, está ligado a los estereotipos que nos venden los medios, en formas variables de moda. La imagen que presenta el personal, dice del giro de la empresa.

Por otro lado, la imagen mental no se encuentra físicamente, sino en el entorno, en la memoria de la sociedad y en el imaginario colectivo. Gordo (2003, pág. 32) señala que “la imagen individual es compartida por un público o conjunto de públicos, se transforma en una imagen mental colectiva dando paso a la imagen pública”, de esta manera se le crea un conjunto de atributos y valores que funcionan como un estereotipo y determinan la conducta de esta colectividad. Menciona Costa (2009, pág. 213) “la imagen mental es lo que queda en la memoria cuando todo ha sido dicho, visto, experimentado y consumido”.

A la empresa se le atribuye cierta imagen debido a diversas causas: percepciones, experiencias, emociones o vivencias de los individuos, que de cierta manera se asocian entre sí y con la empresa; por tal motivo se dice que el individuo es el centro de la imagen mental, pues le da un valor subjetivo dependiendo de la función, expectativas y preferencias del mismo individuo.

Debido a que la imagen es psicológica y no física, ésta podrá manejarse, condicionarse, implementarse y transmitirse únicamente a través de acciones y comunicaciones.

### **1.3 Las condiciones propias de la imagen corporativa.**

Hoy en día la imagen es parte esencial de la empresa y principal factor determinante del éxito o fracaso de un producto y por consecuencia, de la misma empresa. La imagen empresarial ha evolucionado y se ha colocado como un instrumento estratégico de primer orden y como el valor que marca la diferencia y condiciones para que se acumule en la memoria social.

Gordo (2009, pág. 31) alude que “la imagen es el efecto de una o varias causas” y aunque muchas personas presuponen que la imagen solo es un subproducto y que debe ser manejada como algo residual y no como foco principal de venta; la imagen es un valor global que trasciende todas las realizaciones, producciones y

comunicaciones de la empresa, que además inyecta identidad, personalidad y significados propios.

La imagen es la encargada de definir el estilo y la conducta empresarial, pues impulsará un modo único de crear y/u ofrecer productos y/o servicios, así como también de innovar en el mercado. Siguiendo el orden de ideas, Gordo (2009, pág. 37) señala que “el tamaño o la importancia de las instituciones no es limitante para iniciarse en el cuidado de la imagen”, pues el estilo definido por ésta, creará una personalidad y una manera distintiva de comunicarse con su público.

La imagen cuenta con tres condiciones excepcionales, las cuales la colocan a ésta como elemento central para el éxito de una empresa:

- La imagen corporativa agrega “valor duradero” a todo lo que proviene, realiza y comunica una empresa.
- La imagen corporativa diferencia globalmente una empresa de todas las demás.
- La imagen corporativa es la única que permanece en el tiempo y en la memoria social cuando los anuncios, las campañas y las promociones han sido olvidadas.

#### **1.4 La Imagen Corporativa**

La imagen corporativa viene a ser el resultado de un proceso mental, y se define gracias al vínculo que las personas tienen a través del nombre o de la empresa; a su vez, ésta constituye un gran valor estratégico e influye de manera determinante en el mundo actual empresarial; “una buena imagen es vista como una herramienta imprescindible de la cual puede llegar a depender la permanencia en el mercado. . . y promover la credibilidad” (Alcántar, Arcos, Mungaray, 2006, pág. 84).

Cuando se realiza una evaluación o un diagnóstico de la imagen corporativa, es necesario “valorar los puntos fuertes y débiles de la imagen que proyecta la

empresa”, comenta Ind (1990, pág. 83), esto ayudará a fortalecerla y tener una medición sobre los alcances y conocer el impacto que la empresa tiene en su público meta; de esta manera, se podrá obtener si la estrategia que se está utilizando afecta o beneficia a la imagen corporativa.

### **1.5 Posicionamiento de la Imagen Corporativa.**

Cuando la empresa se encuentra en el proceso de creación de la imagen, debe existir una planeación sobre la manera en cómo se va a ofrecer al público, debe interferir dos disciplinas fundamentales: mercadotecnia y psicología.

Esta última “plantea que la imagen corporativa surge como término una vez que el concepto de imagen mental es trasladado al contexto empresarial o institucional” (Alcántar, Arcos y Mungaray, 2006, pág. 86), es decir, a través de estrategias bien planeadas, se debe inyectar en la memoria la existencia de la empresa. Utilizar nuestra imagen como vehículo para llegar a su mente y tener un impacto sobre ella.

En cuanto a la mercadotecnia, simplemente ayudará de manera muy ventajosa a posicionar la imagen en el mercado, utilizar esos puntos estratégicos para comenzar a publicitar la imagen: “la mercadotecnia tiene como objetivo, entrar en la mente del consumidor y permanecer en ella” (Alcántar, Arcos y Mungaray, 2006, pág. 89).

Uno de los mayores problemas que existen en el mercado, es la confusión, es decir, existen demasiadas marcas que ofrecen el mismo tipo de producto o servicio, a tal grado que se satura de información al consumidor, provocando una seria dificultad de diferenciación y es aquí donde el posicionamiento de una “imagen corporativa adquiere una importancia fundamental, creando valor para la empresa y estableciéndose como un activo intangible estratégico de la misma”, afirma Capriotti (2008, pág. 10).

Cuando la imagen se encuentra en total identificación con el público, ésta ocupa un lugar dentro de la mente del cliente, dicho espacio ganado en las personas otorga el derecho a saber si la empresa existe o no en el mercado. Además de que ayuda a diferenciar la marca entre la competencia, la introducción de un “valor agregado, debe ser considerado como una opción o alternativa diferente y válida con respecto a las demás” que ya se ofrecen en el mercado, afirma Capriotti (2008, pág. 11), éste debe ser ese “plus” por el cual el público prefiere nuestra empresa.

El principal punto del uso de estrategias publicitarias en una empresa, es crear atracción. Si la marca ofrece algo diferente, atrae clientes; si la marca se ve diferente a la competencia, atrae clientes; si los trabajadores realizan un excelente trabajo como enlace empresa – público, atrae clientes. Por lo tanto, es oportuno decir que al crear esa atracción permite vender mejor, atrae mejores inversores y atrae mejores trabajadores (Capriotti, 2008).

## **1.6 Funciones de la imagen**

Aun en el siglo XXI las empresas no entienden la importancia que puede llegar a tener el uso apropiado de una imagen, siendo esta una necesidad estratégica que impulsa y posiciona la marca en el mercado. En ocasiones, se comienza a hacer uso de ésta cuando la empresa se viene abajo, siendo aparte de una estrategia de último momento y muchas veces mal diseñada. Gordo (2003, pág. 37) dice que “crear y controlar una imagen nos llevará a obtener mejores resultados en nuestra empresa”. Esto se puede entender que la imagen debe formar parte de un plan acción para no verse inmiscuidos en problemas de imagen y hasta identidad en un futuro.

Por tal motivo se debe tener en cuenta que un buen manejo de imagen puede ser la diferencia entre el éxito y el fracaso de una institución. A continuación se presentarán 8 funciones de una imagen, en base a los estudiado por Víctor Gorda:

1.- *Destacar la identidad diferenciadora de la empresa.* La identidad corporativa es la que viene a dar ese toque diferenciador ante las demás empresas, por todos los distintos elementos que se pueden incorporar, como pueden ser: el aroma, los colores, la luz, la ambientación, el trato personal, entre otras; y una simple visita termina siendo una experiencia única e irrepetible.

2.- *Definir el sentido de la cultura organizacional.* Ésta viene a formar parte importante de la institución, pues dirige a la empresa a cumplir intereses en común, pues se manifiesta en la conducta a los clientes, la conducta de los empleados, que exista una integración y se conforme un grupo de trabajo, para poder cumplir los objetivos señalados por la empresa.

3.- *Atraer a los mejores especialistas.* Tener a los expertos en la materia dentro de una empresa, ofrece un voto de calidad, garantía, confianza y atractivo que será difícil de igualar. Quizá el precio sea elevado, pero se tendrá la seguridad de que se está brindando el mejor de los servicios.

4.- *Evitar situaciones críticas.* Cuando se habla de cultura organizacional, no solo hace referencia a la conducta de los empleados o la conformación de los grupos de trabajo, si no a la cultura de la acción inteligente y de la comunicación; es decir, estar preparados para cualquier situación, fenómeno natural o causado por el hombre, que suceda y afecte a la empresa. Además de que siempre será mejor atenuar una debilidad, que reparar un daño ocasionado.

5.- *Impulsar nuevos productos y servicios.* Cuando una marca tiene bien adquirido el sello de seguridad y calidad, automáticamente se hace acreedora de una reputación o prestigio, la cual predispone a que las decisiones futuras del público sean de compra para la empresa. Ya con tales méritos acumulados la imagen se pone al servicio de la innovación y da a lo nuevo la garantía de sus éxitos anteriores.

6.- *Relanzar la empresa.* Algunas empresas llegan al momento de su extinción porque su identidad se encuentra en crisis o su imagen comienza perder posicionamiento en el mercado y no se hace nada por mejorar la situación, por replantear los objetivos y las metas estipuladas en un principio. Siempre es necesario tener una buena estrategia institucional y una excelente comunicación corporativa para inyectarle nuevos significados que coticen en alza a la empresa. Relanzar la imagen es sinónimo de extender el negocio por mucho tiempo más y dar una segunda oportunidad al éxito.

7.- *Generar una opinión pública favorable.* La gestión de la opinión pública es responsabilidad del gestor de imagen, García (2008, pág. 9) afirma que “las imágenes compiten entre sí en el espacio social para atraer la atención o la mirada del público” y cuando estas imágenes son benevolentes, la empresa comenzará a crear empatía y pasará de esta manera a ser un actor social, lo cual agrega un gran valor a la empresa.

8.- *Acumular reputación y prestigio.* El éxito de una empresa recae sobre estos dos valores, pero ambos se deben formar de dos bases: la notoriedad y la notabilidad. La primera nos ayudará a saber a cuántas personas estamos llegando con nuestro producto o servicio; mientras que la segunda se va a encargar de manejar con los más altos estándares de calidad. Es decir, el alcance de la empresa se puede ver limitado a un número relativamente pequeño de público, pero ofreciendo un excelente servicio.

9.- *Atraer a los clientes y fidelizarlos.* Una de las funciones principales de la imagen es la de atraer a los clientes y sobretodo conservarlos. Se vale hacer uso de valores emocionales o afectivos; pero siempre basados en la confianza, seguridad y respeto hacía el cliente, pues Servitje (2003, pág. 71) menciona que “los verdaderos valores no sólo engrandecen al hombre, sino que conservan sana a una sociedad”.

10.- *Inventar el futuro*. A pesar de que el manejo de la imagen haya cumplido en todos y cada uno de los puntos mencionados anteriormente, el futuro de la imagen empresarial es inesperable. Puede permanecer estable, pero se debe mantener constantemente vigilada, pues la imagen es dinámica y si ésta comienza a perder actualidad o se comienza a debilitar, será necesario corregir o redefinir el concepto de imagen y las estrategias de comunicación.

### **1.5 La imagen como elemento comunicador**

Dentro de la comunicación existe un elemento fundamental que es nuestra carta de presentación ante la sociedad y se proyecta hacia los demás de manera inconsciente, en muchas ocasiones, pero siempre tiene la inspiración de algún lugar, época, persona, estado sentimental, cultura y sobretodo de la moda, por supuesto hablamos de: la imagen.

Moles (1991, p.11) comenta que “la función más objetiva de la comunicación es, puede decirse, transmitir *imágenes*”.

A través de comportamientos de las personas o empresas, enviamos ciertos códigos de comportamiento a la sociedad, ya sea ésta al otro lado del mundo; a estos códigos les conocemos como *imagen*. Todo esto se realiza a través de canales de comunicación, los cuales pueden dar un elemento favorable a nuestra imagen, con el único objetivo de impregnarse en las mentes de las personas y a través de los elementos que nosotros o nuestra institución maneje, para proyectar la imagen deseada. De este modo al enviar mensajes llevará, subliminarmente, nuestra estampa y nos podrá dar la oportunidad de ser recordados. Todo esto sucede sin dejar de lado la comunicación.

Moles (1991, p.11) sostiene que “abarcando sobre la idea de comunicación, designa con el nombre de imagen a un sistema de datos sensoriales estructurados, que son producto de una misma escena”.

Estudios recientes dicen que la manera de cómo se ha estudiado la imagen no ha sido la adecuada, que únicamente se ha basado en la imagen en sí, pero no se ha tomado en cuenta sobre el papel importante que desempeña dentro de una sociedad, sus causas y consecuencias.

La imagen se basa en el esquema tradicional del proceso comunicativo: emisor, receptor, mensaje. Por tal motivo, un autor sostuvo que “la noción de imagen se remite a dos tipos de fenómenos, los psicológicos, como son imágenes sensibles, perceptibles y mentales; y semióticos, es decir, los íconos visuales y sonoros” (Andrade 2011, p.3).

Entonces podemos apreciar que la imagen, es un resultado de una práctica social, pues existen diferentes perspectivas que se traducen en el modo de ver de la persona. También nos muestra la manera de ver las imágenes, no solo por lo que éstas representan, sino utilizar la subjetividad y apreciar lo que está más allá de ella.

Siguiendo el orden de ideas, cuando se pretende analizar lo que comunica una imagen empresarial o institucional, se buscan imágenes mentales, palabras, fenómenos psicológicos y semióticos. La emisión de dichos elementos ayudará a describir el contexto en el que se desenvuelve la empresa.

Aldave (2010, p. 3) cita a Hefron (1989), quien sostuvo que “ una institución es toda organización humana en la que varias personas, a partir de unos principios configuradores y bajo una estructura concreta, coordinan diversas actividades para lograr determinados fines en el ámbito de una entidad social superior; a la que sirve y proporciona cohesión y paradigma”

Entendemos que una institución o empresa forma parte de una sociedad con una cultura y un desarrollo social ya establecido. Entonces la imagen que va a proyectar debe ir de acuerdo con las normas, anteriormente mencionadas, del lugar donde ésta va desarrollarse. Sin dejar de lado los “principios configuradores” Aldave (2010, p. 3) que posee la propia empresa.

Los autores anteriores se conforman de principios legales, morales y principios formativos, siendo los últimos los que diferencian una empresa de otra, pues gracias a ellos cada empresa proyecta diferente imagen, aunque existan dos o tres empresas del mismo rubro en la misma ciudad, el aporte formativo a la sociedad será diferente.

Las empresas adquieren su valor social gracias a la labor por la cual nacieron y también por el significado que adquieren las personas cuando entran en contacto con ella. La comunicación ayuda a establecer los significados que van a compartir sociedad y empresa, dentro del entorno en el que se desarrollará.

Por tal motivo, se marca la diferencia que produce una actividad comunicativa organizacional, al momento adquiere importancia la imagen como elemento fundamental para la creación de la percepción ciudadana hacia estas organizaciones. Aldave (2010, pág. 5) comenta que “el concepto de imagen corporativa se relaciona con el prestigio y reconocimiento social que tenga la institución”.

Entonces es fundamental que la imagen que proyecte una institución sea avalada por la sociedad, cómo se da esto, con el contacto que llega a tener el emisor y el receptor.

### **1.7 Reconstrucción de una imagen institucional.**

Cuando una institución se encuentra en proceso de reconstrucción de su imagen institucional, ésta debe de implementar novedades; pues existe la posibilidad de que la empresa haya llegado a nuevos consumidores. Y es muy importante mostrarle al público interno y externo “el nuevo dinamismo de la empresa y reflejar el éxito obtenido” (Pintado y Sánchez 2013, pág. 39), de esta manera la empresa

se muestra como una alternativa novedosa a la competencia ya existente. Para poder implementar los elementos necesarios, se debe realizar un análisis completo sobre ciertos atributos que se pondrán en práctica, éstos “no solo pueden ser tangibles, sino intangibles, y además se habla de atributos múltiples que son los que conforman la representación mental de la empresa o marca” (Pintado y Sánchez, 2013, pág. 81). Dichos elementos o atributos son los encargados de provocar una reacción en el público, ya sea buena o mala, a dicha reacción le conoceremos como *estímulo*. Afirma Gordo (2003, pag. 32) “los estímulos son percibidos a través de los sentidos los cuales también incitarán a actuar y a producir una imagen mental”. En ellos recae la importancia de atraer o repeler a las personas de nuestra empresa. Se deben implementar los elementos necesarios para poder tener éxito. Los estímulos pueden ser emitidos de tres maneras: verbales, no verbales y mixtos.

Un estímulo, según el Diccionario de la Real Academia Española, es la consecuencia que puede “incitar, excitar con viveza a la ejecución de algo”.

“Es el recuerdo que se forma a partir de una experiencia creada” (Alcántar, Arcos y Mungaray, 2006, pág. 85) y que provoca una reacción en el cuerpo humano al contacto con elementos de nuestro alrededor y de nuestro agrado, que son percibidos a través de los cinco sentidos.

- **Estímulos verbales.**

Estos estímulos son generados a través del habla y percibidos por el sentido auditivo. Se puede identificar cuando una persona está molesta, por el tono elevado de su voz. Muchas veces, se recuerda a las personas por el timbre de su voz, ya sea del agrado o no; por ejemplo, al escuchar una canción de la cantante Manoella Torres, las personas pueden sentir el romanticismo en cada letra emitida con por la latina, por algo se le conoce como la mujer que nació para cantar. Su agradable voz puede ser muy estimulante para muchas personas.

- **Estímulo no verbal.**

Por el contrario de los verbales, estos estímulos son los que no se comunican a través del habla, “son más difíciles de controlar que los anteriores por su multiplicidad de fuentes emisoras, que van las visuales a las olfativas y pueden transmitir diversos mensajes de manera conjunta, su manejo requiere de una preparación especializada”, afirma Gordo (2003, pág. 33). Todos los elementos que componen un contexto social, emiten un mensaje. El aroma a pan dulce impregnado en una panadería, puede causar un momento inolvidable para los compradores; la vestimenta de traje sastre de una persona que entra a un banco, puede suponer que es el gerente del banco o simplemente un recepcionista de un hotel que fue a hacer un depósito. La iluminación en un restaurante, puede pasar de ser perfecta, a dar el aspecto de estar comiendo en una oscura caverna.

Se debe poner atención extrema en este tipo de estímulos, ya que puede llegar a ser contraproducente el aroma empalagoso de los ingredientes del pan o que los empleados de una empresa sean confundidos con los clientes por la vestimenta que usan. Un sondeo puede ser la solución, para saber si se cumplen los objetivos con los estímulos colocados en cada área de la empresa.

- **Estímulos mixtos.**

En este tipo de estímulos se mezclan los dos tipos anteriores, “su problemática radica en que generalmente son más los estímulos no verbales que los verbales y modifican a los primeros, ya sea apoyándolos o contradiciéndolos”, afirma Gordo (2003, pág. 34). Por ejemplo, la banda inglesa de música Los Beatles, las letras de canciones eran inspiradas por pasajes románticos de los integrantes de la banda, en algunas discografías evocaban temas sociales o filosóficos. Las canciones eran acordes a la imagen de la banda siempre fue de niños bien portados, alineados, bien vestidos, una imagen de pulcritud. La música y la imagen de la banda iban en una misma dirección, apoyados la imagen con el contenido de su música.

## **1.6 Los trabajadores también proyectan una imagen**

Dentro de una empresa la comunicación entre los trabajadores es fundamental, no sólo porque mejora los resultados, sino porque se propicia un ambiente de trabajo sano y esto se refleja al exterior, es decir, a la sociedad.

La importancia de tener un personal bien preparado es primordial, ya que éstos son los encargados de socializar día a día con el público y los que hacen posible que la empresa logre sus objetivos. “Los empleados son los que deben de enfrentarse a diario con los clientes de la empresa y los que dan forma a la verdadera imagen y reputación de la misma”, afirma Ind (1990, pág. 74).

“La imagen de la empresa es un conjunto de percepciones colectivas y también de experiencias que son compartidas entre sí”, comenta Costa (2009, pág. 223), toda acción realizada, ya sea un gesto o una manifestación, todos los elementos que utilizamos en nuestras expresiones ayudan a forjarnos una imagen como persona, al mismo tiempo que hacemos de una personalidad.

La imagen tangible, puede ser representada en los productos que ofrece la empresa, los uniformes que portan los empleados, etc. Forma parte de un todo pero, “las empresas e instituciones han descubierto que ya no basta simplemente con hacer publicidad a sus productos, si no que cada vez es más necesario comunicar una imagen comprensible y creíble”, (Alcántar, Arcos y Mungaray, 2006, pág. 83). Es por esta imagen por la cual se tendrá una crítica de nuestra persona, empresa o institución. Tener coherencia entre lo que representa la empresa y lo que realiza ésta.

Cuando se habla de imagen del trabajador, refiere a la imagen que proyecta siendo parte de una institución, Francisco Pérez (2005, pág. 58) cita a Gordo que dice, “la imagen de la empresa permea en sus trabajadores”, es decir que el obrero se pone la camiseta de la empresa y va a ir representándola aun cuando no se encuentre en horas de trabajo. Además que la imagen que proyecte la empresa, será la misma que proyectará el trabajador.

Por tal motivo, al interior de las instituciones es importante establecer valores de comunicación entre los trabajadores, tener buenos cimientos en la comunicación laboral, pues el comportamiento interno se proyecta al exterior a través del trato con el consumidor.

Mao- Tsedong afirma que "más vale una imagen que mil palabras". Y si los representantes de cierta institución dan un mal aspecto a la sociedad, se verán sumergidos en grandes problemas, pues ni la publicidad ni discursos ayudarán a recuperar una buena imagen.

Los objetos que componen el arreglo de una casa, de una oficina o de un espacio de trabajo, ya sea con el fin de decorar o de practicidad, detalla la personalidad de los habitantes o las personas que laboran en ese espacio. Además de dar una buena imagen, un lugar decorado, limpio, ordenado crea una atmósfera de tranquilidad, invitando al cliente a pasar un rato agradable y no a pasar estrés mientras recibe un servicio.

Collado (2002, pág. 53), afirma que "un coche, un escritorio en la oficina, o una corbata, son a la vez objetos de uso y símbolos que proporcionan información acerca de los usuarios". Los colores de los uniformes, el tipo de uniforme, accesorios de uso de los trabajadores, nos proporcionará datos sobre la empresa en la que laboran.

Debe existir la conciencia de que todos los rasgos que integran las organizaciones comunican un mensaje institucional y en consecuencia, proyectan imagen. Montes (2004, pág. 35) afirma que "todos los medios corporativos. . . y materiales humanos son canales de imagen" y que van adquiriendo una importancia trascendental para nuestra sociedad.

Por ejemplo, la apariencia y comportamientos del personal de una institución, proyecta ciertas características del comportamiento de la empresa y su labor social.

Sostiene Moles (1991, pág. 22) “se venden mejor los mensajes cuando son ilustrados”, las personas recibirán mejor un mensaje de un empleado presentable bajo los lineamientos de la empresa. Recordarán el servicio que ofrece, gracias al trato que recibieron del personal.

El mercado visual ha orillado a la creación de innovadoras técnicas de ventas, estas poseen mensajes creativos, con diseños más sofisticados y excesivamente sencillos. Un claro ejemplo, es el “swoosh” de Nike, un logotipo que peca de sencillo y se ha logrado posicionar a nivel mundial, de una manera contundente. El resultado de esta gran obra fue que la marca capturó la atención y continúa presente en los consumidores y esto ha sido a través de las generaciones.

Montes (2004, pág. 28) sostiene que “con la repetición de mensajes se corre el riesgo de saturar la imagen de las organizaciones”. Por tal motivo, y no invadir la mente del consumidor con la misma imagen, se puede recurrir a la emisión de signos claros, que sean fáciles de recordar y que provoquen una semejanza en la interpretación del público. De esta manera no será necesario invadir cada esquina, cada medio, casa espacio público con los mismos elementos; sino ir a lo simple, con elementos contagiosos que sean fáciles de recordar.

Hoy en día, el principal reto de las empresas, posiblemente después de innovar con sus productos o servicios, sea la permanencia en los consumidores y “la creación de mensajes que le permitan conquistar nuevos mundos”, comenta Montes (2004, pág.28).

## **CAPÍTULO II**

LA EDUCACIÓN EN EL ESTADO DE MICHOACÁN.

"La educación, es el descubrimiento de nuestra propia ignorancia"

... William James Durant

## 2.1 Educación en el Estado de Michoacán.

El derecho a la educación es un proceso civilizatorio que se ha venido modificando desde que la nación se independizó de España, en el año de 1810. A partir de entonces, nuevos derechos vinieron a transformar al país y uno de ellos: el educativo.

Aboites (2012, pág. 2) menciona que “la educación aparece por primera vez en la Constitución mexicana como parte de un conjunto de *derechos del hombre* que fundan la república”, estos derechos fueron fundamentales para la constitución de pilares en la construcción de un Estado libre e independiente.

Éstos vinieron a transformar la vida social del país, pues se constituían por diversos derechos que daban libertad y una vida digna, tales como: el derecho laboral, derecho a la vivienda, a la seguridad social, entre otros. Pero sin duda uno de los más importantes, el derecho a la educación, que lo presenta el Diario Oficial de la Nación (1917), en su Artículo 1° de la Constitución de 1857 señala que: “la enseñanza es libre; pero será laica la que se dé en los establecimientos oficiales de educación, lo mismo que la enseñanza primaria, elemental y superior que se imparta en los establecimientos particulares”.

Una vez que “el Estado, y no el clero, es el responsable de las decisiones en materia educativa” como comenta Robles (1979, pág. 12), la educación tomó un papel fundamental en la sociedad, pues su objetivo era y ha sido transmitir y acrecentar la cultura. Ésta es la base para la formación de individuos con sentido social y libertad.

A pesar de ser un derecho pleno para el pueblo mexicano, las diferencias entre los contextos políticos, sociales y culturales en los que se desenvuelve la vida de nuestro país ha provocado revueltas e inconformidades entre sociedad, educandos y educadores que dejan huella y cambios en la educación.

El Estado de Michoacán se ha visto inmerso en la transformación educativa, “Alonso de la Veracruz y Vasco de Quiroga. . . en el año 1520, fundan los llamados hospitales – pueblos para atender enfermedades de los indígenas, quienes aprendían a leer, cantar, cultivar la tierra y fabricar artesanías”, como se

menciona en el libro de texto Guía XXI (2003, pág. 61) fueron los iniciadores de destacar la labor educativa en dicho estado. Este último personaje, Don Vasco de Quiroga, abre paso a una de las instituciones con mayor tradición en el Estado de Michoacán; misma que se inicia cuando se funda “en la Ciudad de Pátzcuaro el Colegio San Nicolás de Obispo” y que tras varios años y movimientos políticos y sociales, el 15 de octubre de 1917, se establece la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, máxima casa de estudios del Estado. “La cual adoptaba como filosofía el positivismo, introducido por Gabino Barreda”, como comenta Hernández, Gonzáles y Tena (1998, pág. 18); que, a través del tiempo y cambios en la misma doctrina, mejoró y ya no solo era orden y progreso, también se incluía el valor humanista como: la formación - organización para la acción transformadora de las estructuras sociales, creación de agentes conscientes y críticos de cambios sociales.

A nivel escolar básico, el estado comenzó a abrirse a la educación, con un ambicioso proyecto que prometía alfabetizar a la sociedad infantil; la enseñanza primaria comenzó a llegar a más lugares, con la pretensión de tener un estado en donde todos los niños tuvieran la oportunidad de dar inicio a una vida estudiantil. Las secuelas del fin de una revolución armada encarecieron al país y los cambios sociales, estructurales, económicos y culturales, deben ser a través de los libros. El entonces gobernador de Michoacán, Lázaro Cárdenas (1928 – 1932), “impulsó la educación mediante la construcción de escuelas, incorporación de educadores en el sector rural. Así como también la creación de escuelas técnicas e industriales, con propuestas de nuevos métodos de enseñanza”, como se menciona en el libro de texto Guía XXI (2003, pág. 93). Además de que dio inicio a la educación socialista, que consistía en la capacitación de técnicas y conocimiento pedagógico encaminado a despertar la conciencia laboral; misma educación que se sigue impartiendo hasta nuestros días, pero ahora bajo el nombre de: Centro de Capacitación para el Trabajo Industrial (CECATI), Universidades Tecnológicas, entre otras, pero con el mismo fin: crear un país de profesionistas en mano de obra.

## 2.2 Reformas políticas de 1993

Para la década de los 80's, en el siglo pasado, la educación en el estado comenzó a tener un decaimiento, pues se calcula que “la cuarta parte de la población mayor de 10 años, no sabía leer ni escribir” comenta Gonzáles (1980). Un posible factor de decadencia en ámbito educativo estatal fue por la decisión tomada, por el entonces presidente Miguel de la Madrid, la cual consistió en aplicar una política económica que desencadenaba en un “reajuste en el gasto gubernamental que provocó una reducción significativa de la matrícula de educación básica”, afirma Aboites (2012, pág. 11).

El reajuste no sólo trascendió en la reducción de la matrícula; el retorno eclesiástico a la educación del país era posible, así como también la descentralización y la apertura educativa a particulares y la participación del sector privado en la revisión de los planes de estudio.

Después de la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), se establece y regula la participación de inversionistas y empresas en la educación. Dada dicha situación “se pone entre dicho la educación como responsabilidad pública del Estado. . . y se fortalece la teoría y práctica de la educación como algo privado”, comenta Aboites (2012, pág.12).

A principios de 1990, diversas reformas en el artículo 3° deformaban y desaparecían aquel principio que abanderó a dicho artículo establecido en la Constitución de 1917: “enseñanza libre y laica, la que se imparta en los establecimientos oficiales y particulares. . . las corporaciones religiosas no podrían dirigir o establecer instituciones de nivel primaria”. . .

En el año de 1993, se modificó la Fracción VI del mismo, dando un giro importante y cambiando la educación: “Los particulares podrán impartir educación en todos sus *tipos y modalidades*. En los términos que establezca la ley, el Estado otorgará y reiterará validez oficial a los estudios que se realicen en planteles particulares”, esto fue establecido en el Diario Oficial de la Federación, el día 3 de marzo de 1993.

La intromisión de las palabras *tipos y modalidades* en la Fracción, da paso a que instituciones religiosas sean validadas por la Secretaría de Educación Pública (SEP) y no sólo la validez, sino la apertura de más instituciones de este giro. Así como el reconocimiento y el salto de calidad a escuelas ya establecidas en el país y sobretodo en el Estado, tales como: el Colegio Motolinia y María Luisa Olanier, la Universidad La Salle e incluso la Universidad Vasco de Quiroga.

De esta manera se termina una larga etapa, que inició desde los años veinte y treinta, más de sesenta años de una educación libre de visiones empresariales y religiosas en nuestro país.

### **2.3 El contexto actual**

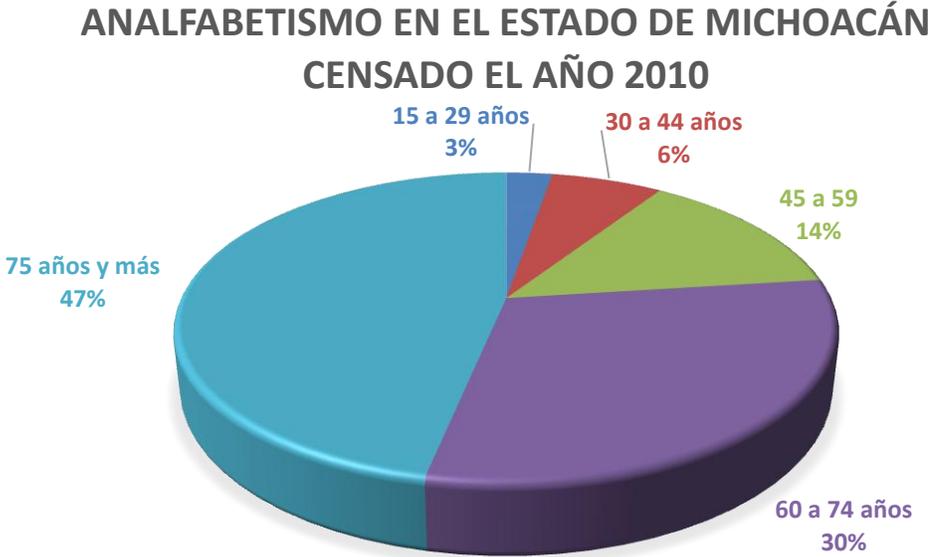
En los últimos 10 años, en el estado de Michoacán ha disminuido la población analfabeta mayor a los 15 años; en el año 2000, la población que no sabía leer ni escribir era de 13.9%, para el año 2010 (último censo realizado) el indicador es de 10.2%, según datos proporcionados por el INEGI.

Estos datos pueden representar un lento avance en materia de educación en el estado, pues en 10 años sólo han aprendido a leer y escribir 305 mil 178 personas.

Haciendo la comparativa de hace 50 años, se ve el avance de una educación globalizada. Además de las consecuencias que trajo el artículo 3° de la constitución de 1917 sobre la educación gratuita para todos, el esfuerzo conjunto de varios sexenios que apoyaron a dicha causa; pues en la época, mencionada al principio de este párrafo, sólo el 44.64% de la población del estado, sabía leer y escribir, es decir, únicamente 515 mil 628 personas tenían acceso a la educación. Menos de la población total del estado, según la base de datos del INEGI.

“El grupo de alfabetos y analfabetas, varía dependiendo del sexo, del grupo de edad al que pertenecen, el tamaño de la localidad donde viven y el municipio de residencia”, como se menciona en la descripción de los datos obtenidos por INEGI.

A continuación se mostrará una gráfica en donde se representará la tasa de analfabetismo censado en el año 2010 en el estado de Michoacán, misma en la que se tomó las edades de los 15 hasta los 75 años y más:



Fuente: INEGI Censo de Población y Vivienda 2010.

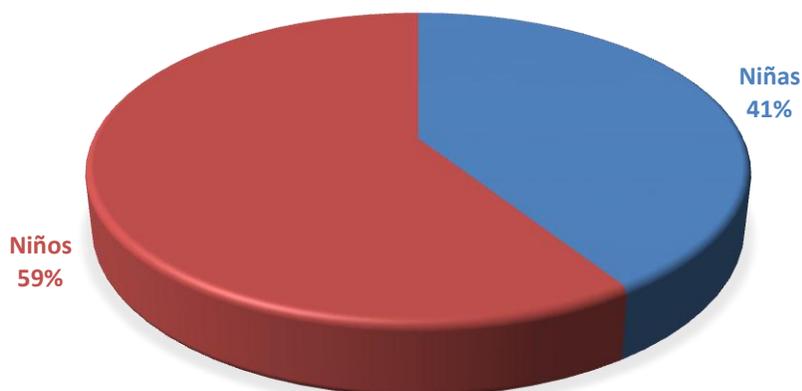
En el gráfico anterior se muestra que la población que no sabe leer ni escribir, es en su mayoría las personas a partir de 60 años en adelante. Mientras que la población que ha sido instruida, casi en su totalidad, se concentra en las edades de los 15 a los 44 años.

Siguiendo el orden de ideas, la inserción de la población infantil a la educación es a los seis años, por lo tanto, la habilidad lecto – escritora debe ser adquirida en dos años después del ingreso a la escuela.

Según el Censo de Población y Vivienda 2010, de 620 mil 354 niños y niñas que residen en el Estado entre los 8 y 14 años de edad, tan solo 27 mil 428 no saben leer ni escribir.

A continuación se muestra un gráfico en donde se describe el porcentualmente la población infantil analfabeta.

### POBLACIÓN INFANTIL ANALFABETA EN EL ESTADO CENSADO EN EL AÑO 2010



Fuente: INEGI Censo de Población y Vivienda 2010.

Como se observa en la gráfica anterior, son los niños la mayoría de la población infantil que no saben leer ni escribir. En números concretos, los infantes del sexo masculino que no reciben educación escolar son 16 mil 390, mientras que las niñas alcanzan un número de 11 mil 92, es decir, sólo el 4.4% de la población de entre los 8 y 14 años, son analfabetas. Según datos del proporcionados por el INEGI.

En el año 2012, “el Estado de Michoacán ocupaba el quinto lugar a nivel nacional con mayores índices de analfabetismo funcional”, según una publicación en el periódico La Jornada Michoacán.

En el año 2010 el estado obtuvo el quinto lugar con la mayor tasa de analfabetismo funcional, esto fue dicho en una publicación del periódico La Jornada de Michoacán (2012). Permanece por arriba de estados como Chiapas, quien tiene un porcentaje del 24.7% de analfabetas.

## **CAPÍTULO III**

### LOS SINDICATOS DE LA EDUCACIÓN.

"El movimiento es el paso de la potencia al acto"

... Aristóteles

### **3.1 El Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación (SNTE).**

Después de la travesía que tuvo la instauración de la educación en México, se vio en la necesidad del establecimiento de una de una secretaría encargada de coordinar la educación que se impartía en el territorio nacional, se instaura “la Secretaría de Educación Pública, promulgada como reforma constitucional el 29 de septiembre de 1921”, comenta Gutiérrez (1998, pág. 43); con la cual se pretendía que la educación estuviera a cargo de órganos especializados y regidos por la federación, como uno de los principales objetivos.

Una vez establecido un órgano que regulara la educación, se dieron otros que regularían a los encargados de impartir la misma: los sindicatos de la educación.

El SNTE, incorporado legalmente desde mediados del siglo pasado, menciona como uno de sus principios fundamentales “mantenerse como una organización autónoma e independiente, en lucha permanente por la conquista de mejores derechos para los trabajadores de la educación” tal como se menciona en el libro de estatutos, anónimo (2000, pág. 1). Así como también asentó por una base y objetivos en donde prevalece: la protección al trabajador, desarrollo de la educación, respeto a los derechos sociales, respeto de los artículos constitucionales referentes a la educación, participación social en procesos educativos, entre otros. Mencionados dentro de los artículos del estatuto.

En la actualidad, el SNTE ha adquirido demasiada fuerza y ha sido fundamental en la toma de decisiones en materia de educación nivel nacional. A tal grado que se ha determinado que “el SNTE prácticamente co-gobierna el sistema educativo” como lo señala Santibañez (2008, pág. 3) desfasando a varias dependencia de la SEP de sus obligaciones fundamentales.

Según una investigación de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), durante el 2006 en varios países miembros de esta institución, los sindicatos fueron causantes del incremento salarial; pero México, se vio un mayor incremento de éste, según datos de la OCDE, durante el año 2006, el salario magisterial representaba el 90% del gasto educativo del país. Pero

sin embargo, “en el caso del SNTE, la estructura de incentivos salarial, no siempre estará alineada con los objetivos de eficiencia y mejora en la calidad educativa”, afirma Santibañez (2008, pág. 6).

La educación en nuestro país ha sido víctima de reformas educativas, con las cuales se busca, a través de medidas o estrategias, conseguir objetivos ligados a la mejora de la calidad educativa, ampliar la cobertura de aprendizaje a todos los lugares del país, entre otros.

La intromisión del sindicato ha sido fundamental en las reformas aplicadas al sector educativo; sobre todo, un punto clave “en las que están ligadas en asuntos de carácter laboral: creación y asignación de plazas docentes, presupuesto educativo, incrementos salariales. . . no así en la creación de los programas: Oportunidades y Escuelas de Calidad, Consejo Nacional de Autoridades Educativas y Enciclomedia”, afirma Santibañez (2008, pág. 8). En la creación de dichos programas su participación fue secundaria; pues sus objetivos se dirigen más hacia la protección y los derechos del magisterio. Causa por la cual se han manifestado de manera continua y prolongada en los últimos ciclos escolares. Colocándolos en la mira de políticos y sociedad, como un grupo de infractores que denigran la profesión, así como también la educación del país. A pesar de lo mencionado anteriormente, éste sigue mostrando una *imagen* de un sindicato comprometido con la mejora educativa, tal como lo establece la Fracción V, del artículo 11, de los estatutos bajo los que se rige: “pugnar por la defensa de la educación pública y porque el derecho a ella garantice el acceso de la sociedad a una educación de calidad en todos los sistemas, grados y niveles” (2000, pág. 4).

### **3.2 Lineamientos de la Coordinadora Nacional de Trabajadores de la Educación (CNTE).**

Esta organización magisterial, conforma el Sindicato Nacional de Trabajadores de la educación, con la diferencia de que este organismo no actúa bajo los lineamientos e ideologías de la líder del sindicato, la Profesora Elba Esther Gordillo.

Dicho grupo, se conforma por maestros de la educación democrática del país e independiente del Estado. El grupo se autodenomina como un frente de clase, porque dentro de ellos participan “trabajadores de la educación que aceptan el principio universal de lucha de clases, independientemente del color, sexo, credo religioso e ideología política”, según su sitio web.

El organismo se rige bajo objetivos que van encaminados a la protección y desarrollo profesional del docente, así como el respeto al procedimiento de los procesos en la asignación de los derechos, que son regidos por el sindicato.

Además de principios generales que hablan sobre la dignificación humana; el carácter del sindicato, que no es otra cosa más que “un espacio de resistencia a las lógicas y políticas del capital, donde constituyen el espacio de los nuevos poderes de los trabajadores en lo económico, lo político, lo social y lo cultural”, dicho en una publicación “Criterios y procedimientos,” (2010, pág. 4).

Por otra parte, deben cumplir con ciertas responsabilidades establecidas, las cuales hacen referencia a la *organización de movilizaciones* en donde incluyen a todos los sectores sociales, activos o inactivos, que son excluidos.

Son dos corrientes ideológicas que profesan objetivos similares: mejorar la calidad educativa y mantener protegidos los derechos del magisterio. Cada grupo se manifiesta de formas diferentes, lo que causa una mala imagen en la educación del país y en la profesión de la docencia.

### **Descripción de resultados.**

A continuación se presentará la descripción de los datos que arrojaron las encuestas que se aplicaron a la comunidad educativa de la secundaria “Educación y Patria”.

El personal docente, administrativo y alumnado de la institución, fueron parte del universo tomado para dicha investigación.

El instrumento aplicado al personal fue de giro cuantitativo y se plantearon ítems divididos en cinco temas:

- Condiciones ambientales de trabajo
- Condiciones de trabajo
- Relaciones sociales
- Liderazgo
- Comunicación con los directivos

Así como también dos apartados que abordan temas de: puntualidad, compromiso, integración, comunicación con las autoridades, organización de la institución, motivación para el desempeño laboral, presentación personal de los directivos y docentes y unión y solidaridad. Además de la calificación de dos criterios que conducirán al resultado de las encuestas: imagen institucional y ambiente laboral.

En el mismo orden de ideas, el instrumento aplicado a los alumnos se planteó con ítems divididos en tres temas:

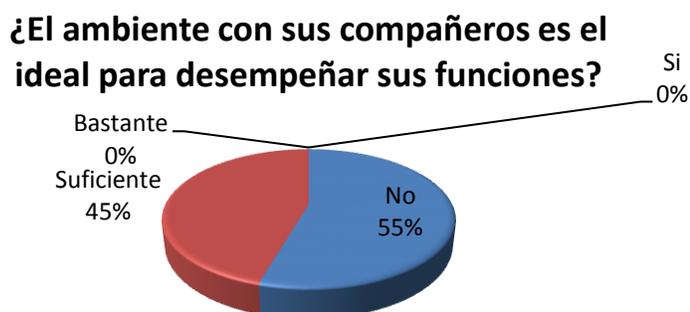
- Condiciones ambientales
- Mobiliario
- Liderazgo e imagen

Además de apartados que abordan temas de: comunicación con los maestros y directores, organización de la institución, presentación personal de los directivos y cuerpo docente. Así como también, adjetivos que ayudaron a calificar la imagen institucional y el ambiente escolar.

Para aplicar las encuestas, se tomó la muestra de 20 profesores de diversas asignaturas; así como también a 10 miembros del personal administrativo; y para los alumnos, se encuestó a un grupo de cada grado, es decir: un grupo de primero, uno de segundo y uno de tercero.

El objetivo de la aplicación de dicho instrumento, es conocer la percepción que tiene la comunidad educativa de esta institución, sobre su responsabilidad en la construcción de la imagen; al mismo tiempo, conocer el ambiente laboral y a partir de los resultados obtenidos, realizar un diagnóstico, generar propuestas orientadas a impulsar las fortalezas y atenuar las debilidades.

En la primera pregunta el 64%, es decir, más de la mitad de los profesores contestaron que la relación que prevalece entre ellos es la suficiente para llevar a cabo su trabajo en las aulas. Por otro lado, la mitad de los encuestados dicen que el ambiente que existe entre los mismos compañeros no es el ideal para desempeñar las funciones dentro de la institución, como se muestra en la siguiente gráfica:



En la tercera pregunta, nos damos cuenta de que no existe el trabajo en equipo entre los educadores, pues el 91% de las respuestas señalaron que no existe tal virtud al interior de la institución. Por tal motivo, 19 profesores de los 20 encuestados, afirman que son mal manejados los problemas laborales que surgen en la secundaria.

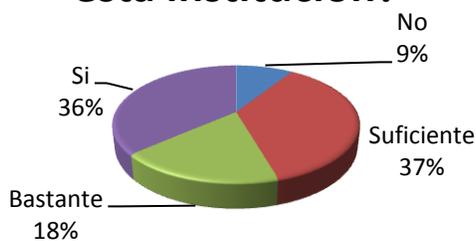
A continuación se presenta un cuadro comparativo sobre la quinta y sexta pregunta:

5.- ¿La solidaridad es una virtud que prevalece entre sus compañeros?		6.- ¿Considera que sus compañeros son además sus amigos?	
Respuesta	Total de respuestas	Respuesta	Total de respuestas
No = 1	17	No = 1	16
Suficiente = 2	2	Suficiente = 2	3
Bastante = 3	0	Bastante = 3	1
Si = 4	1	Si = 4	0

En la tabla anterior se puede apreciar la falta de solidaridad entre el personal docente de la escuela y de la misma manera la falta de amistades entre los mismos.

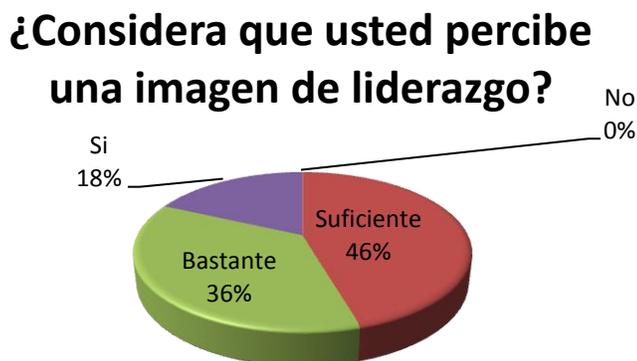
A pesar de la falta de amistad entre los profesores; en la séptima pregunta el 60% de los encuestados nos dicen que hay buena comunicación entre ellos. Además que en términos generales, la mayoría del cuerpo de docentes se dice ser orgulloso de pertenecer a esta institución, como se muestra en la siguiente gráfica:

### ¿Se siente orgulloso de formar parte del personal docente de esta institución?



En el tema de liderazgo e imagen, el 64% de los encuestados, esto es más de la mitad, dice que las autoridades como lo son: el Secretario General, Coordinador Regional, no presentan una imagen de liderazgo ante los profesores; por su parte, los directivos de la institución, no tienen esa imagen de liderazgo que se necesita para dirigir una escuela, esto fue designado con el 55% de las respuestas de los profesores encuestados.

En cambio, la mitad de las respuestas nos indican que la imagen de liderazgo que representan sus compañeros de trabajo, es la suficiente dentro de la institución. Sin embargo, todos los encuestados dicen que su persona representa una imagen de liderazgo dentro de la institución. A continuación se muestra el gráfico de la pregunta:

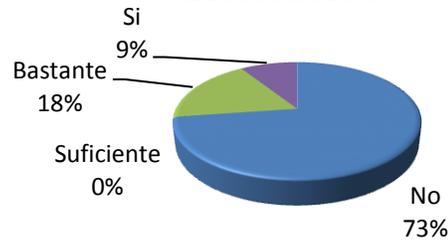


Pasando con el siguiente tema sobre la comunicación con los directivos, la primera pregunta, nos dice que el 37% de los encuestados tienen suficiente comunicación con los directivos; por tal motivo, el 37% contestó que no se puede dialogar con los directivos cuando existe discrepancia entre ellos.

La tercera pregunta arrojó otro resultado negativo, pues la mitad de los encuestados nos dicen que los directivos no se encuentran al corriente con las actividades que se realizan dentro de la escuela. El siguiente cuestionamiento dice que el 73% de las respuestas, que no hay reuniones periódicas entre directivos y personal docente.

El siguiente cuestionamiento continúa con signos de negatividad, pues 18 de los 20 encuestados opinaron que el trabajo del director no influye en la institución, a continuación se muestra la gráfica:

## El estilo de trabajar del director influye positivamente en la institución?



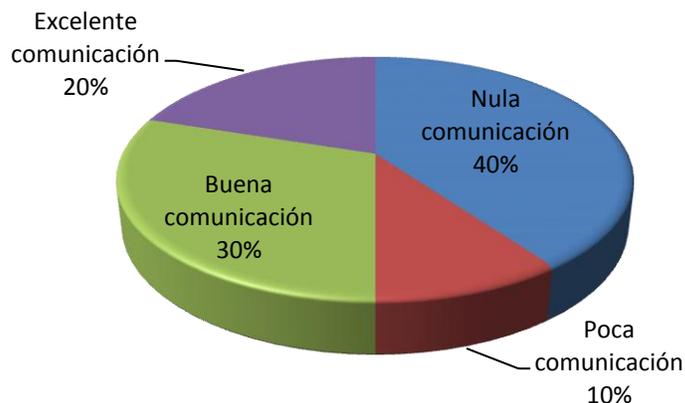
Siguiendo con el orden de la encuesta, el siguiente apartado se tomó la calificación de la siguiente manera: el menor (1) y el mayor (4).

En el primer punto, que habla sobre puntualidad del docente, el 46% calificó con 4 puntos, la calificación mayor en este apartado. De la misma manera, más del 50% de los profesores tienen ese compromiso con la institución. Tomando en cuenta las dos calificaciones altas, a continuación se muestra una tabla de los dos primeros puntos de calificación:

Puntualidad		Compromiso	
Ítems	Total de respuestas	Ítems	Total de respuestas
1	2	1	3
2	2	2	3
3	9	3	3
4	7	4	11

En seguida, los maestros dicen que se sienten integrados a la institución, pues el 40% de las respuestas confirmó lo dicho anteriormente. Y a pesar de que existe una buena integración y gran compromiso de los docentes, casi la mitad de los encuestados nos dice que no tienen comunicación con las autoridades correspondientes, tal como se muestra en la siguiente gráfica:

## Comunicación con las autoridades



Por otra parte, más de la mitad de los resultados nos indica que las respuestas que más predominaron son las dos calificaciones bajas, que pueden traducirse como poca organización y nula organización, con un 20% y 50%, respectivamente. Contrario a las respuestas anteriores, el 60% de los encuestados afirman que existe buena motivación para desempeñarse laboralmente dentro de la escuela. Siguiendo con el orden de los aspectos a calificar, el 82% de las respuestas indican que la presentación personal de los directivos es mala; caso contrario al siguiente punto, pues los maestros sostienen con más de la mitad de las votaciones, que tienen buena presentación personal. A continuación se mostrará un cuadro comparativo entre ambos puntos mencionados anteriormente:

Presentación personal de los directores		Presentación personal de los docentes	
Ítems	Total de respuestas en %	Ítems	Total de respuestas en %
1	18	1	11
2	64	2	22
3	0	3	45
4	18	4	22

Y en el último punto de este segundo apartado, el cual nos habla sobre unidad y solidaridad entre docente – institución, los resultados nos arroja que no existen tales valores, pues el 90% de las respuestas recayeron en las calificaciones más bajas, las cuales corresponden a 1 y 2.

Para pasar a terminar con las encuestas del personal docente, se evaluó la imagen institucional y el ambiente laboral y se calificaron con distintos adjetivos, de manera contraria a la evaluación anterior el número menor (1) hace referencia a una buena calificación, por consecuencia el número (4) mayor se refiere a una mala calificación. Los resultados se presentan a continuación.

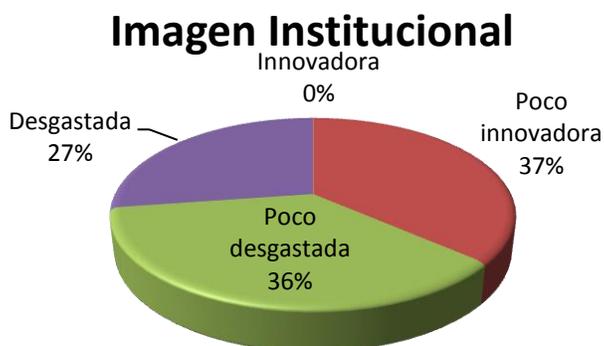
Más de la mitad de los resultados arrojaron como respuestas que la imagen institucional no es confiable, pues un 36% y 37% fueron incidieron en las calificaciones 3 y 4, respectivamente.

En el siguiente punto, sólo el 36%, afirma que la imagen de la escuela es poco atractiva.

Continuando, 18 de los encuestados comenta que la imagen de la secundaria se encuentra descuidada.

Pero en el siguiente punto, los datos arrojados por las encuestas, nos hablan de que la imagen de la institución, en un 55%, hace referencia a que no está consolidada en su totalidad.

En la penúltima evaluación, se encuentra una opinión dividida, la diferencia del 1% coloca a la imagen institucional entre desgastada e innovadora, tal como se muestra a continuación en el siguiente gráfico:



Pasando a la última evaluación del personal docente, los resultados de la encuesta nos arrojaron los siguientes datos, en cuanto al estado de ánimo del centro de trabajo.

En la primera calificación, encontramos que los profesores opinan que el ánimo de la secundaria es desmotivador, pues más de la mitad de los resultados nos hacen esta indicación.

De la misma manera, se evaluó como un ambiente que no se encuentra abierto a las ideas, pues ninguna calificación obtuvo este parámetro, en cambio, el 46% indica un ambiente cerrado a propuestas.

No es un lugar confiable, según el 46% de las respuestas. Además de que es un lugar con un ambiente estresante al interior, puesto que únicamente el 9% votaron afirma que es una institución poco tranquila.



Ahora se presentarán los resultados que arrojaron las encuestas aplicadas al personal administrativo de la secundaria.

El primer tema aborda cuestionamientos sobre las condiciones ambientales de trabajo, y la primera pregunta nos dice que al personal administrativo no le agrada su espacio de trabajo, pues más d 60% de las respuestas tuvieron malas calificaciones.

De la misma manera, 4 de los 10 encuestados afirma que la ventilación en su espacio de trabajo es suficientemente adecuada.

En cuanto a la limpieza en áreas comunes y áreas de trabajo, la mitad de los encuestados comentan, que la limpieza no es la adecuada en dichas áreas. También el 56% de los encuestados afirman que pueden realizar sus labores aún con el nivel de ruido que prevalece en las inmediaciones.

En la siguiente pregunta, únicamente el 11% de las respuestas dicen que la temperatura en sus áreas es la adecuada para desempeñar sus labores. Caso contrario, en el siguiente cuestionamiento 2 personas comentan que no hay buena iluminación para sus espacios de trabajo.

En el siguiente cuadro, se muestran las respuestas de las dos preguntas próximas:

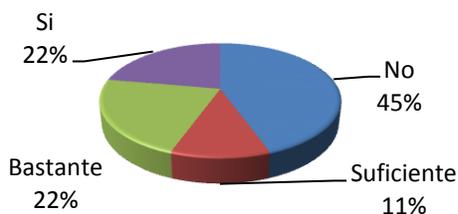
<b>¿El mobiliario (sillas, mesas, computadoras, máquinas de escribir etc.) se encuentran en buen estado?</b>		<b>¿Cuenta con suficientes recursos materiales (hojas de papel, lapiceros, etc.)?</b>	
<b>Ítems</b>	<b>Total de respuestas</b>	<b>Ítems</b>	<b>Total de respuestas</b>
<b>No = 1</b>	8	<b>No = 1</b>	7
<b>Suficiente = 2</b>	1	<b>Suficiente = 2</b>	3
<b>Bastante = 3</b>	1	<b>Bastante = 3</b>	0
<b>Si = 4</b>	0	<b>Si = 4</b>	0

En ambas respuestas se puede observar que el personal administrativo carece de mobiliario y recursos materiales, los cuales son óptimos para llevar a cabo sus funciones dentro de la institución.

En la última pregunta sobre condiciones de trabajo, el personal dice que su área es cómoda para poder trabajar, esta respuesta se respalda con el 38% con una buena calificación.

Pasando al tema de relaciones sociales, la primera pregunta nos indica que mas de la mitad de los encuestados opinan que no hay buena relación de trabajo con sus compañeros, por lo tanto no existe un buen ambiente laboral entre ellos, pues cerca de la mitad calificó con un no a dicha pregunta:

### **¿El ambiente con sus compañeros es el ideal para desempeñar sus funciones?**



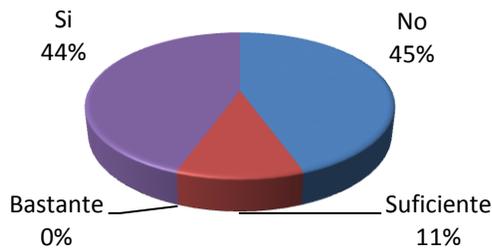
De la misma manera, el 56% opina que no hay trabajo en equipo entre los compañeros de área. Así como también, 6 de los encuestados, siendo mayoría, dice que no existe un buen manejo de los conflictos laborales que surgen.

Sólo la tercera parte del total de las respuestas dicen que existe solidaridad entre el personal administrativo de la escuela. En la siguiente pregunta, aumenta casi a la mitad de los encuestados, es decir el 45% afirman tener relaciones de amistad entre sus compañeros de trabajo.

En contraste de las relaciones amistosas que hay, el 50% del personal no tiene una buena comunicación entre los compañeros. Sin embargo, el 67%, el equivalente a 6 personas, se sienten orgullosos de formar parte de la plantilla de esta escuela secundaria.

Pasando al tema de liderazgo, existe una opinión dividida, donde la diferencia del 1%, considera que las autoridades, como lo son: Secretario General y Coordinador Regional, puedan tener o no, una imagen de liderazgo, tal como se muestra en la siguiente gráfica:

**¿Considera que las autoridades (Secretario General, Coordinador Regional, Secretario General Delegacional) tienen liderazgo?**



Caso contrario, ocurre en el siguiente cuestionamiento, pues el 43% de las respuestas indican que las autoridades inmediatas, los directivos, no poseen esa imagen de liderazgo.

3.- ¿Considera que sus compañeros del área administrativa perciben una imagen de liderazgo?		4.- ¿Considera que usted percibe una imagen de liderazgo?	
Ítems	Total de respuestas en %	Ítems	Total de respuestas en %
<b>No = 1</b>	67	<b>No = 1</b>	67
<b>Suficiente = 2</b>	11	<b>Suficiente = 2</b>	0
<b>Bastante = 3</b>	11	<b>Bastante = 3</b>	11
<b>Si = 4</b>	11	<b>Si = 4</b>	22

En el cuadro anterior se puede apreciar que el personal administrativo no proyecta una imagen de liderazgo, pues en ambas preguntas más de la mitad de los encuestados respondieron negativamente.

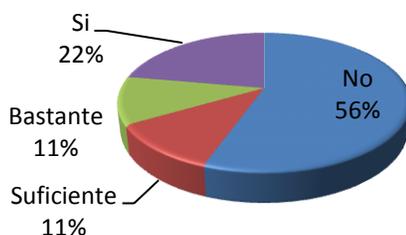
En el siguiente tema que habla sobre la comunicación con los directivos, se obtuvieron los siguientes resultados.

El primer cuestionamiento, con opiniones divididas, nos dice que no hay buena comunicación hacia los directivos, pues el 22% y el 34% de los encuestados respondieron de manera negativa en dicha pregunta.

Pasando a la siguiente, sólo el 33% afirma poder expresar su inconformidad con las ideas del director.

Por otro lado, la tercera parte de los encuestados opina que los directivos no se encuentran al corriente con los proyectos que se realizan al interior de la institución. Una posible consecuencia de la negativa anterior, se deba a que con el 56% del total dice que no existen reuniones entre directivos - personal, a continuación se muestra el gráfico correspondiente:

### **¿Se reúnen periódicamente con el personal docente y directivos, para tratar asuntos de la...**



Y de la misma manera, el 46% dice que el trabajo que realiza el director no es influyente dentro de la institución.

En el siguiente apartado, calificaron los siguientes aspectos de esta manera: 1 calificación menor, 4 calificación mayor.

La puntualidad fue evaluada con el 56% a favor; de la misma manera más de la mitad opina que existe un compromiso con la institución.

La integración se encuentra dividida con el 33% y el 34%, entre que existe y que no la hay.

Por otra parte, cinco de los diez encuestados dicen que existe poca comunicación con los directivos.

La organización institucional se encuentra dividida por mitad, pues el 44% dice que la escuela se encuentra bien organizada y el otro 45% dice que hay desorganización.

Sin embargo, la mitad de los encuestados dicen que la motivación laboral pasa de ser buena a ser excelente.

A pesar de que existe una buena motivación el 56% afirma que no hay unidad y solidaridad en sus filas de trabajo.

El siguiente cuadro comparativo expondrá las respuestas sobre presentación personal:

<b>Presentación personal de los directores</b>		<b>Presentación del personal administrativo</b>	
<b>Ítems</b>	<b>Total de respuestas</b>	<b>Ítems</b>	<b>Total de respuestas</b>
<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>5</b>
<b>4</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>0</b>

En la primera, donde hace referencia a los directivos, la mayoría dio una respuesta negativa a la presentación de los dirigentes; mientras que por otro lado, la mayoría opina que tiene buena presentación personal.

En el siguiente apartado se describirán los resultados obtenidos sobre la imagen institucional.

Para comenzar, el personal administrativo dice que la escuela secundaria tiene mala imagen, pues todas las respuestas se declinaron hacia las repuestas negativas que se ofrecía en el cuestionamiento.

La siguiente respuesta, sigue siendo negativa, pues el 43% dice que la imagen de la escuela es poco confiable.

El 57% considera que la imagen de la institución puede ser calificada como atractiva. En contraste, el siguiente punto habla de un 63% que dice que se tiene una imagen descuidada de la escuela.

El 43% de las respuestas dice que la imagen es frágil, con la misma cantidad, comentan que su imagen se encuentra en general sólida.

Para terminar con la imagen institucional, las respuestas nos dice que ésta se encuentra totalmente desgastada, pues los resultados arrojados se inclinaron hacia las respuestas negativas.

En el ambiente laboral, los resultados se dieron de la siguiente manera:

La mayoría con el 43% dice que se encuentran trabajando en un ambiente laboral frío y que sólo el 34% piensa que existe motivación dentro de la institución para desarrollar su trabajo.

Sólo el 30% afirma que la institución está abierta a nuevas ideas; pero que aún se encuentran en un ambiente confiable, pues más del 50% así lo menciona.

Sin embargo, casi el 90% de las respuestas indican que se vive un ambiente laboral estresante, tal como se muestra en el siguiente gráfico:



Siguiendo con el orden de ideas, se presentarán los resultados obtenidos con las encuestas aplicadas a los alumnos. Para hacer esta evaluación se encuestaron a tres de grupos de diferente grado, es decir, un grupo de primero, uno de segundo y otro de tercero. Esto con el fin de conocer la percepción de cada alumno en base a la antigüedad que tengan dentro de la institución.

Comenzaremos por describir los resultados de las encuestas aplicadas al grupo de 1° C. El primer tema habla sobre condiciones ambientales, en la primera pregunta, con un 67%, más de la mitad de los alumnos nos dicen que las aulas son agradables; sin embargo, a pesar de que son aulas agradables, no tienen la suficiente ventilación, en el 50% de las respuestas de alumnos.

De la misma manera, la mitad de los encuestados nos dicen que no hay limpieza en las aulas y áreas comunes.

Mientras tanto, en la cuarta pregunta, existe una división de opiniones, 50% dicen que sí y 50% dicen que no afecta el ruido ambiental para tomar clases.

Ahora bien, 5 de los 6 encuestados nos dicen que los baños no se encuentran limpios y funcionales; en contraste, la siguiente pregunta muestra unanimidad, al opinar que la iluminación en los salones de clase es buena.

<b>¿El mobiliario en las aulas (sillas, escritorios, bancas, etc.) se encuentran en buen estado?</b>		<b>¿Los recursos didácticos (pizarrones, televisiones, videocaseteras, etc.) se encuentran en buen estado?</b>	
<b>Ítems</b>	<b>Total de respuestas en %</b>	<b>Ítems</b>	<b>Total de respuestas en %</b>
<b>No = 1</b>	40	<b>No = 1</b>	20
<b>Suficiente = 2</b>	0	<b>Suficiente = 2</b>	0
<b>Bastante = 3</b>	0	<b>Bastante = 3</b>	40
<b>Si = 4</b>	60	<b>Si = 4</b>	40

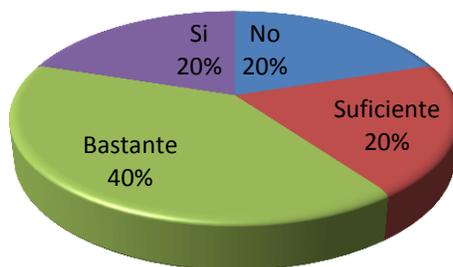
En el cuadro anterior se muestra que tanto el mobiliario, como los recursos didácticos se encuentran en buenas condiciones. Además, en la siguiente pregunta, el 80% de los encuestados dice que cuentan con suficientes bancas para tomar clases.

Continúa, el tema de liderazgo e imagen. En la primera pregunta, nos arroja un resultado negativo, los alumnos comentan que los directivos no saben dirigir la institución, esto lo confirma el 60% de los encuestados. En cambio, 80% de las respuestas dicen que la plantilla del personal docente está preparada profesionalmente; por tal motivo, el 100% de las respuestas dicen que los profesores saben impartir clases.

En el siguiente cuestionamiento, únicamente el 20% considera que tienen una buena escuela y por consiguiente, más de la mitad de los encuestados se sienten orgullosos de pertenecer a dicha institución.

En la sexta pregunta, el 60% de los encuestados afirman que no existe buena relación entre los docentes de dicha comunidad educativa; por lo tanto en el siguiente cuestionamiento las respuestas se encuentran divididas como se muestra a continuación en el siguiente gráfico:

### ¿Consideras que tu escuela es buena?



Únicamente dos, de los seis alumnos encuestados en dicho grupo, representó la mayoría de las respuestas, la cual pertenece a “bastante”, como se observa.

En seguida, se describirán datos que vienen en un segundo apartado de las encuestas. Éste se califica en escala del 1 (menor), al 4 (mayor) según la percepción de cada alumno.

En el primer punto hubo solo dos respuestas, una negativa y otra positiva, predominando e indicando con un 67% que existe una buena comunicación entre profesores y directivos. A continuación, los alumnos acuerdan con más de la mitad de las respuestas que existe una mala organización dentro de la escuela, esto se representó a través de un 60% de las respuestas.

En el siguiente cuadro, se mostrará las respuestas se las siguientes preguntas:

<b>Presentación personal de los directores</b>		<b>Presentación de los docentes</b>	
<b>Ítems</b>	<b>Total de respuestas en %</b>	<b>Ítems</b>	<b>Total de respuestas en %</b>
<b>Menor = 1</b>	40	<b>Menor = 1</b>	60
<b>2</b>	20	<b>2</b>	0
<b>3</b>	40	<b>3</b>	20
<b>Mayor = 4</b>	0	<b>Mayor = 4</b>	20

En ambas respuestas, la mayoría declinó por una resolución negativa, siendo la de mayor afluencia la que iba dirigida al personal docente.

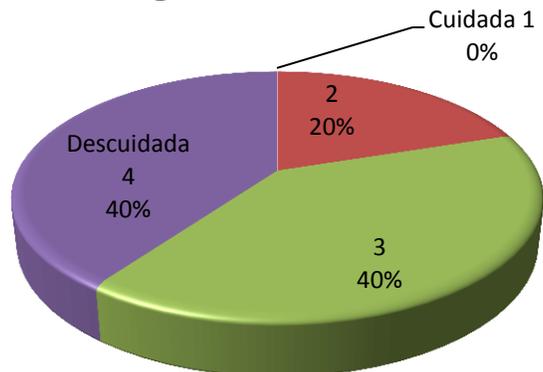
Pasando al siguiente apartado, la calificación es de 1 (mayor) a 4 (menor).

La imagen institucional en primera instancia, fue calificada como buena con más del 40% de los encuestados. Por otro lado, hay un división de opiniones del 40% que dicen es y no una imagen confiable la que presenta la escuela.

De la misma manera, más de la mitad de los encuestados afirman que la imagen institucional es atractiva.

En el siguiente adjetivo, el 80% de la opinión se dirigió a que se tiene una descuidada imagen, como se muestra en la gráfica:

## Imagen Institucional



Continuando, sólo el 20% que es el equivalente a una persona de seis encuestadas, afirma que la escuela representa una sólida imagen. Con el mismo porcentaje, se presenta que es una escuela innovadora.

Pasando a evaluar el ambiente escolar, el 80% comenta que se vive un ambiente cálido al interior de la institución. Por otro lado, un poco más de la mitad, dice que ese ánimo escolar es desmotivador.

En el siguiente punto, la voz emitida por los encuestados comenta que el ambiente escolar que se vive al interior es abierto; por lo tanto, se vive un clima confiable, esto se refleja con el 80% de los encuestados.

En el siguiente cuadro, se mostrarán las respuestas a los dos cuestionamientos finales:

Ambiente escolar		Ambiente escolar	
Ítems	Total de respuestas en %	Ítems	Total de respuestas en %
Tranquilo = 1	0	Bueno = 1	0
2	20	2	40
3	40	3	40
Estresante = 4	40	Malo = 4	20

A continuación se describirán los datos del segundo grado.

El primer cuestionamiento, con un 60% de las respuestas, resulta que las aulas son lo suficientemente agradables para los alumnos del segundo grado. En la segunda pregunta se encuentra una opinión dividida, pero sobresale el 40% de las respuestas argumentando que las aulas cuentan con una buena ventilación.

En contraste a la pregunta anterior, la mitad de las respuestas dice que no es óptima la limpieza en salones y áreas comunes.

En la siguiente pregunta, únicamente el 10% de los encuestados opinó que el ruido permite desarrollar sus actividades académicas.

Mientras tanto, en el siguiente cuestionamiento, 14 de los 20 encuestados, comentan que los baños no están limpios ni funcionales. De la misma manera, pero con menor número de respuestas negativas, se afirma que no hay buena iluminación en las aulas de clase.

En el siguiente cuadro, se explicarán las respuestas dos y tres, del segundo perteneciente a mobiliario:

<b>¿El mobiliario en las aulas (sillas, escritorios, bancas, etc.) se encuentran en buen estado?</b>		<b>¿Los recursos didácticos (pizarrones, televisiones, videocaseteras, etc.) se encuentran en buen estado?</b>	
<b>Ítems</b>	<b>Total de respuestas</b>	<b>Ítems</b>	<b>Total de respuestas</b>
<b>No = 1</b>	0	<b>No = 1</b>	13
<b>Suficiente = 2</b>	5	<b>Suficiente = 2</b>	5
<b>Bastante = 3</b>	11	<b>Bastante = 3</b>	1
<b>Si = 4</b>	4	<b>Si = 4</b>	1

En la segunda pregunta, 11 personas contestaron positivamente sobre el estado del mobiliario; mientras que la siguiente, 13 personas dicen que los recursos didácticos están en mal estado. Sin embargo, la mitad de los encuestados nos dice que cuentan con bancas suficientes.

Pasando al tema de liderazgo e imagen, en el primer cuestionamiento existe una disyuntiva en las respuestas, tal como se aprecia en la siguiente gráfica:

### **¿Consideras que los directivos saben dirigir la escuela?**



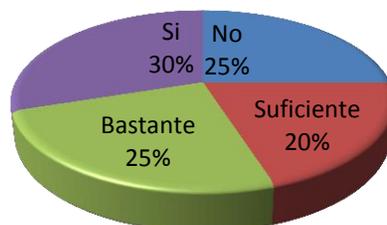
Como se puede ver, existen dos respuestas con el mismo porcentaje, pero sobresale con casi la mitad de las respuestas la opinión de que los directivos no saben dirigir la escuela.

En cambio, el 55% de las respuestas apunta que los maestros están preparados profesionalmente; y por lo tanto, el 60% de los resultados comenta que los maestros saben dar clases.

Por otro lado, en la siguiente pregunta que hace alusión hacia si su escuela es buena, el 35% de las respuestas apuntan al sí, mientras que un 25% comenta que bastante; por lo tanto, se puede determinar que los alumnos consideran que su escuela es buena.

La siguiente respuesta tiene un margen mínimo de diferencia, sin embargo, con un 30% que es equivalente a 6 de 20 alumnos encuestados, dicen estar orgullosos de pertenecer a esta institución. A continuación se muestra la gráfica:

### ¿Te sientes orgulloso de ser estudiante de esta escuela?



Por otro lado, el 60% de las respuestas afirma que no existe buena relación entre el personal docente de la escuela. No obstante, la mitad de los alumnos encuestados consideran que su escuela es buena.

En el siguiente apartado, se calificarán los puntos en una escala del 1 (menor) al 4 (mayor).

El primer cuestionamiento indica con un 40% que la comunicación entre maestros y directivos es buena. Con el mismo porcentaje positivo, el siguiente inciso afirma que la institución se encuentra organizada.

A continuación se presenta un cuadro comparativo con los resultados sobre la presentación personal de directivos y cuerpo docente:

Presentación personal de los directores		Presentación de los docentes	
Ítems	Total de respuestas en %	Ítems	Total de respuestas en %
Menor = 1	20	Menor = 1	25
2	30	2	20
3	5	3	35
Mayor = 4	45	Mayor = 4	20

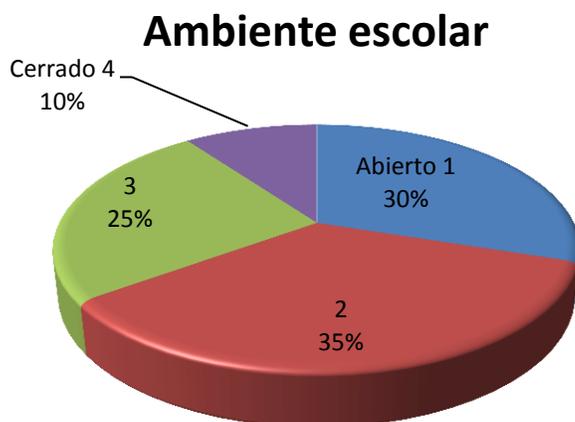
El tercer apartado se calificará de manera similar, sólo que la puntuación 1 es la mayor y la 4 es la menor, correspondientemente.

En el primer adjetivo se evaluó como una excelente imagen institucional, puesto que solamente el 20% hace referencia dicho calificativo. Mientras tanto, el segundo adjetivo, únicamente el 10% dicen que su imagen es confiable.

Para continuar, se calificó con más del 35% de las respuestas que la escuela tiene una imagen poco atractiva. Por tal motivo, el 60% de las respuestas dice que ésta se encuentra descuidada.

De los 20 encuestados, sólo 8 alumnos dicen que la escuela es frágil, en cuanto a su imagen institucional se refiere. Sin embargo, el 40% dice que esta institución tiene desgastada su imagen institucional.

Pasando al ambiente escolar, más de la mitad del alumnado de segundo grado, opina que dicho ambiente es cálido; mientras que en el siguiente cuestionamiento, el 40% dice tener un clima desmotivador para los alumnos.

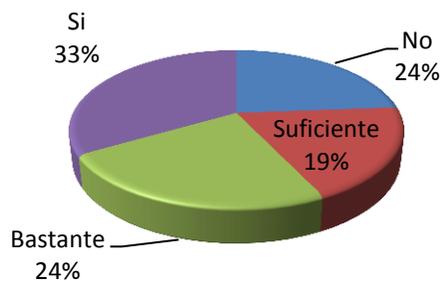


La gráfica anterior muestra ambas respuestas positivas, suman más del 50% de las respuestas dictaminando la apertura que existe en el ambiente escolar de la institución. Tanto que el siguiente inciso, muestra que ambos resultados negativos apenas suman el 40% de las respuestas y dicta que el ambiente escolar que se vive es poco confiable.

El siguiente resultado no ofrece un ambiente tranquilo, con el 20% de las respuestas de los alumnos y por último, casi el 60% de los estudiantes dicen que el ambiente escolar que se vive al interior es bueno.

En seguida, se presentarán los datos que arrojaron las encuestas del tercer grado. En la primera pregunta que se del aborda del tema “condiciones ambientales” se muestra una contundente mayoría, pues casi el 60% de las respuestas dicen que las aulas no son agradables. En cambio, el segundo cuestionamiento muestra una clara división de ideas, pero la tercera parte de los alumnos nos dicen que la ventilación en las aulas es la adecuada, tal como se muestra en la siguiente gráfica:

### ¿La ventilación en las aulas es la adecuada?



Sin embargo, el 50% de las respuestas apuntan que no hay limpieza en las aulas y áreas comunes. Con el mismo porcentaje, alumnos comentan que el ruido que existe en la institución no les permite desarrollar sus clases.

Continuando con respuestas negativas, 12 de 21 alumnos encuestados dicen que los sanitarios de la escuela no están ni limpios, ni funcionales.

El siguiente cuestionamiento indica que sólo el 9% de las respuestas, dictan que existe buena iluminación dentro de las aulas.

Para calificar las siguientes dos preguntas, se presenta el siguiente cuadro comparativo:

¿El mobiliario en las aulas (sillas, escritorios, bancas, etc.) se encuentran en buen estado?		¿Los recursos didácticos (pizarrones, televisiones, videocaseteras, etc.) se encuentran en buen estado?	
Ítems	Total de respuestas en %	Ítems	Total de respuestas en %
No = 1	70	No = 1	66
Suficiente = 2	25	Suficiente = 2	24
Bastante = 3	0	Bastante = 3	5
Si = 4	5	Si = 4	5

En el cuadro anterior se puede apreciar claramente la unanimidad de las respuestas en ambas preguntas, pues comentan que en dicha institución educativa el mobiliario y los recursos didácticos no se encuentran en buen estado. No obstante, en la siguiente pregunta el sí, con un 81%, afirma que se cuentan con bancas suficientes.

Pasando al segundo tema de liderazgo e imagen, en la primera pregunta se dieron los siguientes resultados:

### ¿Consideras que los directivos saben dirigir la escuela?



Como se puede observar existe una clara división de opiniones de 32% y 37% para las respuestas sí y no, respectivamente, sin embargo la mayoría de los alumnos opina que los directores no saben dirigir la escuela.

En la siguiente pregunta, 7 de 21 encuestados dicen que los maestros están preparados profesionalmente; por lo tanto, 57% de las respuestas dictan que éstos saben dar clases.

En la cuarta pregunta, únicamente el 5% dice que su escuela no es buena, dicho porcentaje corresponde a 1 alumno, de los 21 que fueron encuestados.

En el siguiente cuestionamiento, la tercera parte de los alumnos dicen estar orgullosos de su institución.

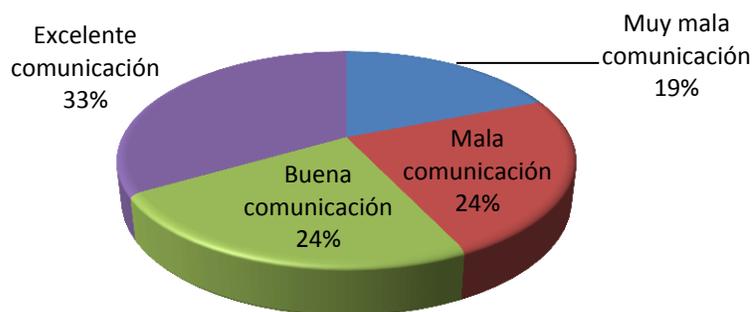
Continuando con las preguntas, más del 60% de las respuestas dicen que no existe buena relación entre el personal docente.

En la respuesta de la séptima pregunta de “liderazgo e imagen”, aún con la división de opiniones, el 43% de los alumnos de tercer grado comentan que su escuela es buena.

Ahora se presentarán los resultados del segundo apartado que conforma esta encuesta. Mismo que se evaluó con cuatro calificaciones posibles, que son el 1 (menor), hasta el 4(alta). Según la percepción de cada estudiante.

Para comenzar se hizo la evaluación a la comunicación que existen entre profesores y directivos, a continuación se presenta la siguiente gráfica:

### Comunicación con los maestros y directores



Como se puede apreciar, aunque se dividieron las respuestas, los alumnos comentan que existe una excelente comunicación entre personal docente y directivos, tal como lo muestra la anterior gráfica.

La siguiente evaluación arrojó que dicha institución educativa se encuentra bien organizada, ya que el 33% de las respuestas apunta que existe una buena organización en la institución.

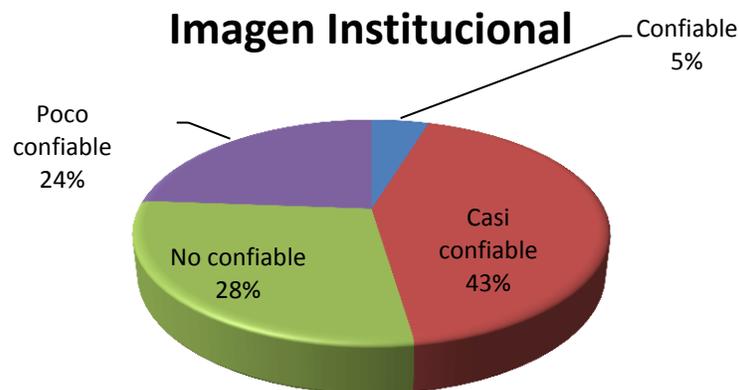
Para presentar las siguientes dos evaluaciones, se aprecia el siguiente cuadro comparativo:

<b>Presentación personal de los directores</b>		<b>Presentación de los docentes</b>	
<b>Ítems</b>	<b>Total de respuestas en %</b>	<b>Ítems</b>	<b>Total de respuestas en %</b>
<b>Excelente presentación= 1</b>	43	<b>Excelente presentación= 1</b>	24
<b>Buena presentación = 2</b>	5	<b>Buena presentación = 2</b>	33
<b>Mala presentación = 3</b>	28	<b>Mala presentación = 3</b>	19
<b>Muy mala presentación = 4</b>	24	<b>Muy mala presentación = 4</b>	24

En el cuadro anterior, se expresaron los porcentajes de las respuestas emitidas por los alumnos y en ambas evaluaciones dicen que tanto directivos, como docentes, tienen una excelente presentación personal.

En las próximas líneas se describirán los resultados del tercer apartado, referente a imagen institucional y ambiente laboral.

En la primera evaluación la mitad de los encuestados afirma que su escuela presenta una buena imagen institucional. Contradictoriamente, el 52% dice que dicha imagen no es confiable, tal como se muestra en la siguiente gráfica:



De la misma manera, la siguiente calificación, el 37% de los alumnos dice que la imagen es poco atractiva. Y tan sólo el 5% dice tener cuidada dicha imagen.

Las siguientes evaluaciones se explican en el siguiente cuadro:

Imagen Institucional		Imagen Institucional	
Ítems	Total de respuestas en %	Ítems	Total de respuestas en %
<b>Sólida= 1</b>	11	<b>Innovadora = 1</b>	5
<b>2</b>	42	<b>2</b>	25
<b>3</b>	26	<b>3</b>	30
<b>Frágil = 4</b>	21	<b>Desgastada = 4</b>	40

Como se puede observar, en la primera parte, el 42% contestó de manera positiva, diciendo que tienen una imagen sólida; mientras que la segunda evaluación, el 40% dice que está desgastada.

Pasando al ambiente escolar, más de la mitad de los encuestados, es decir 14 de ellos, dicen estar estudiando bajo cálido ánimo escolar. Mientras que el 48% dice tener ambiente poco motivador para ir a clases.

En la siguiente evaluación, únicamente el 27% dice tener un ambiente escolar abierto y 19% dice que es un ambiente poco confiable.

En la penúltima evaluación los alumnos comentan que es poco tranquilo el ambiente escolar que se percibe, el 45% así lo confirma.

La última evaluación se presenta en la siguiente gráfica:



Tal como se puede apreciar, únicamente el 9% que equivalente a 2 alumnos dicen que existe un buen ambiente escolar. Y un solo alumno, que representa el 5% dice tener mal ambiente escolar.

## **Conclusiones de los resultados gráficos.**

Una vez que se han descrito los resultados que arrojaron las encuestas, se procederá a realizar las conclusiones de los mismos; iniciando con las respuestas del personal docente.

### **Personal docente.**

#### *Relaciones sociales:*

Existe una falta de integración entre el personal docente de la secundaria, pues la relación de amistad que existe entre las filas del personal no es óptima, por tal motivo no existe el trabajo en equipo.

El ambiente laboral es malo, no se manejan adecuadamente los problemas laborales que surgen a través del ciclo escolar. Fomentar valores es una técnica que ayudará a mantener la unión del grupo docente. Por ejemplo, la solidaridad es una virtud o valor que se no se tiene entre los trabajadores de la institución. Como consecuencia, no hay lazos de unión o amistad entre los empleados. Por tal motivo el ambiente laboral es negativo y la comunicación se califica como suficiente, es decir, sólo se interactúa por necesidad.

Contradictoriamente al mal ambiente que se vive, casi la tercera parte del personal encuestado, es decir 4 de 11, dicen estar orgullosos de pertenecer a dicha institución educativa.

#### *Liderazgo:*

Las autoridades inmediatas y superiores no están cumpliendo con el mandato que se les designó en un principio. Los directivos y tampoco el Secretario General y Coordinador Regional, no emiten la imagen de autoridad que poseen, posible causa por la cual la mayoría del personal docente no siente parte de la institución. A pesar de que la figura de los directivos no tiene peso como autoridad, la mayoría del personal tiene suficiente imagen de liderazgo para dirigir en su área de trabajo. Esto ayuda a que cada educador se sienta seguro de sí mismo en la labor que desempeña.

### *Comunicación con los directivos:*

La comunicación interpersonal que hay entre los directivos y el personal es poca, esto trae como consecuencia que exista un ambiente cerrado a opiniones y sugerencias hacia los jefes inmediatos, así como también una falta de acercamiento de los directivos al trabajo que se realiza al interior de la institución. Una causa de que los directivos no estén al corriente de lo que acontece en la escuela, es la falta de reuniones; pues es un espacio y momento en el cual todos pueden expresar sus inquietudes, ideas, opiniones, etc., acerca de cómo se está trabajando con el alumnado.

La falta de imagen de liderazgo, acercamiento con el personal docente y apertura a nuevas ideas, trae como consecuencia que el trabajo del director y subdirector no se vea reflejado de manera positiva en el manejo de esta institución académica.

A pesar de la poca injerencia de los directivos, el personal docente se encuentra muy comprometido y puntual con su labor en la escuela, de la misma manera se sienten integrados a la institución en que laboran.

Hay poca comunicación y por lo tanto, organización entre los docentes, y se refleja en la falta de presentación personal de los directivos. Caso contrario, el personal docente, tiene una buena presentación. Sin embargo, discrepando lo anterior, los profesores se sienten motivados para desempeñar las funciones que les corresponde, esto a pesar de que el ambiente no es confiable y muy estresante.

En conclusión, en base a las respuestas del personal docente, la imagen institucional de la secundaria Educación y Patria es mala, no es confiable, no es atractiva, se encuentra descuidada, es frágil y no se ha innovado en los últimos años.

A continuación, se explicarán las conclusiones de las opiniones emitidas por el personal administrativo.

### **Personal administrativo.**

#### *Condiciones ambientales:*

Para iniciar se observa que el espacio de trabajo cuenta con el suficiente aislamiento del ruido, una buena temperatura y una suficiente ventilación; sin embargo y a pesar de las comodidades con las que se cuenta, la limpieza en dichas áreas no es la adecuada. A pesar de la falta de higiene, el personal calificó como un espacio agradable para desempeñar sus funciones.

Por otra parte, dichos espacios se encuentran bien iluminados, en contraste a la arquitectura de las áreas, el mobiliario se encuentra en mal estado y se carece de recursos materiales propios del área.

#### *Relaciones sociales:*

No existe una buena relación de trabajo entre compañeros de la misma área, por tal motivo, no es un ambiente favorable para realizar las actividades diarias. No se fomenta el trabajo en equipo, consecuencia que trae la desunión del grupo de trabajo y falta de comunicación. A estos aspectos se le puede atribuir la inoperancia que se tiene en el manejo de conflictos. Sin embargo y contrastando a lo anterior dicho existen buenos lazos de amistad entre las personas que conforman el cuerpo administrativo y un fuerte orgullo por pertenecer esta institución.

#### *Liderazgo:*

La imagen de liderazgo que ofrece tanto, el Secretario General, Coordinador Regional, Directivos, compañeros docentes y los mismos encuestados, es nula. Es decir, la mayoría de las opiniones dice que no hay una imagen referente tanto en la institución, áreas de la misma y autoridades superiores.

### *Comunicación con los directivos:*

En cuanto al tema de la comunicación, los directivos se mantienen constantes e interesados, escuchan ideas de esta área de la institución y los directivos se mantienen al tanto de la labor que realizan. A pesar del acercamiento que existe entre ambas partes, curiosamente no se realizan reuniones periódicas y el trabajo de los directivos no se refleja a nivel institucional.

Consecuencia del continuo acercamiento entre directivos y personal administrativo, éstos realizan sus labores puntualmente y se encuentran muy comprometidos con su institución, sin pasar por alto, la buena motivación que hay; además de que hay integración y comunicación hacia esta área de trabajo.

A pesar la actitud positiva del personal, existe una desorganización en la institución, consecuentemente se observa en la mala presentación personal de los directivos y en la falta de unidad y solidaridad de los trabajadores.

Calificando la imagen institucional de la secundaria, encontramos que ésta es mala, no es confiable, no es atractiva, se encuentra descuidada, es frágil y está desgastada.

Por otro lado, las respuestas negativas continúan, ahora en torno al ambiente laboral, pues lo calificaron como frío, desmotivador, cerrado a nuevas ideas y estresante. Sin embargo, el personal administrativo dice tener un ambiente laboral confiable, esto quiere decir que se puede rescatar tanto la imagen, como el clima laboral.

### **Alumnos.**

En seguida se presentarán conclusiones de las respuestas del alumnado, comenzando por primer grado.

#### **Primer grado.**

##### *Condiciones ambientales:*

Los alumnos apuntan que hay deficiencias en las aulas de clases, por ejemplo, mala ventilación, falta de limpieza y aunque en una respuesta hubo división igual de opiniones, la mitad de las respuestas dicen que el aislamiento del ruido no es el

adecuado. Sin embargo los alumnos de primer grado dicen que se encuentran en aulas agradables y bien iluminadas. En contraste, la mayoría opinó que los baños no están ni limpios, ni funcionales.

*Mobiliario:*

Por otro lado, la mayoría de opinó que el mobiliario está en buen estado y es suficiente; además que los recursos didácticos se encuentran en buen estado.

*Liderazgo e imagen:*

Pasando al tema de liderazgo e imagen, la falta de actitud para dirigir la escuela, por parte de los directivos, no afecta la calidad de los profesores, pues la preparación académica de éstos se refleja en que saben impartir sus conocimientos con el alumnado; pero la falta de actitud de los directivos se ve reflejada en el deficiente trabajo de integración, pues es clara la división del cuerpo docente.

Sin embargo, la preparación académica de los profesores, no ayuda a que la institución se considere buena, a pesar de ello, los alumnos dicen estar orgulloso de pertenecer a ella.

La perspectiva de los alumnos dice que hay una mala organización en la escuela, por lo tanto esto influye en la mala presentación personal tanto de directores, como de profesores. A pesar de la mala organización que existe, la comunicación que se da entre directivos y maestros, es buena.

La imagen institucional es vista por los alumnos como buena, aunque a la vez es poco confiable para ellos. No obstante, es una imagen cuidada, atractiva y sólida; aunque en este momento se encuentra desgastada.

Los alumnos perciben un ambiente escolar desmotivador, malo y estresante; pero a su vez confiable, cálido y abierto.

Para dar continuidad, se concluirá con los resultados que dieron los alumnos de segundo grado.

## **Segundo grado.**

### *Condiciones ambientales:*

Pues a pesar de que las aulas son agradables, tienen buena iluminación y cuentan con buena ventilación, la limpieza no es favorable para su uso, además de que existe demasiado ruido alrededor de ellas, lo que puede provocar distracción en los alumnos. Por su parte, los baños se encuentran en mal estado.

### *Mobiliario:*

Por otro lado, el mobiliario se encuentra en óptimas condiciones y abastece a los alumnos; en contraste, los recursos didácticos que se manejan en las aulas se encuentran en mal estado.

### *Liderazgo e imagen:*

La percepción de los alumnos de segundo grado dice que existe deficiencia por parte de los directivos para dirigir la secundaria y se ve reflejado en la falta de integración que hay entre el personal docente. Sin embargo, los profesores saben desempeñar sus funciones, lo cual habla de su buena preparación profesional y se refleja en que la mayoría del alumnado se siente orgulloso de pertenecer a esta institución, la cual la consideran como buena.

En otros aspectos, la mala comunicación entre directivos y docentes provoca que exista una mala organización dentro de la institución y se puede constatar en la mala presentación personal tanto de los directores, como de los docentes.

La imagen institucional, se percibe como buena y confiable; sin embargo, se encuentra descuidada, motivo por el cual es poco atractiva y desgastada.

Al interior se vive un ambiente cálido y motivador, así como confiable, tranquilo y bueno para recibir clases.

## **Tercer grado.**

### *Condiciones ambientales:*

Por último, los alumnos del tercer grado, en el primer tema que hace referencia a las condiciones ambientales, encontramos que cuentan con aulas que, a pesar de estar bien ventiladas, son poco agradables, con mala limpieza, poco iluminadas y con ruido que no permite tomar clases. Por su parte, los baños, pieza fundamental de toda institución, también se encuentran en malas condiciones higiénicas y funcionales.

*Mobiliario:*

El mobiliario es suficiente pero se encuentra en mal estado, al igual que los recursos didácticos.

*Liderazgo e imagen:*

Los directivos tienen problemas, pues no saben dirigir la institución, se refleja en la falta de integración que hay entre el personal docente. Sin embargo, se siente un orgullo por parte de los alumnos de pertenecer a esta institución, pues los profesores saben impartir clases, aunque contradictoriamente, se considera que éstos no se encuentran preparados profesionalmente.

Existe una buena organización dentro de la escuela, además de buena comunicación entre directivos y educadores. A pesar de la buena organización, la presentación personal de los directivos no es la apropiada, en cambio los profesores presentan una buena imagen.

Mientras tanto, se tiene una buena imagen institucional; en contraste, es poco confiable, no es atractiva, se encuentra descuidada, es frágil y está desgastada.

Por otro lado, el ambiente escolar dentro de la escuela es cálido y motivador, se encuentra abierto a las ideas, es tranquilo, confiable, en conclusión es un buen ambiente para poder asistir a clases.

## **Conclusiones generales**

Durante la revisión de datos se pudo observar lo siguiente:

Entre el personal docente y administrativo hay buena motivación; también comunicación, aunque es poca, pero ésta existe; se tiene el orgullo de pertenecer a dicha institución y sobretodo un gran sentido de compromiso para con la institución.

Se tienen pocas, pero interesantes fortalezas que puede ayudar a dar mejores resultados por parte del equipo de trabajo de la secundaria Educación y Patria. Motivación, comunicación, orgullo y compromiso, son las virtudes en las que se puede comenzar a trabajar para obtener mejoras a nivel institucional.

Por otro lado, existe una debilidad que afecta todo el sistema de trabajo dentro de la institución, pues de aquí se desprenden las diversas inconformidades y malestares de la escuela, esta es: la falta de liderazgo por parte de las autoridades.

Pues la poca influencia que los directivos tienen en la institución, afecta en gran medida en la eficiencia de los trabajadores, pues existe un ambiente laboral malo, no hay manejo de crisis laborales, falta la unión entre docentes, personal administrativo y directivos y por tal motivo no se efectúa un trabajo en equipo. Además, debido a la falta de reuniones entre el personal, se nota una mala organización al interior de la escuela y como consecuencia, la secundaria emite una mala imagen institucional.

Por su parte, el alumnado cuenta con aulas agradables para recibir clases, con buena ventilación e iluminación, se cuenta con suficiente mobiliario. Además, existe buen nivel académico por parte de los profesores, buen ambiente escolar y por lo tanto, una buena imagen institucional.

Sin embargo, las aulas y áreas comunes, como lo son los sanitarios, presentan deficiencias en limpieza y funcionalidad. Así como también los recursos didácticos con los que trabajan.

Y al igual que el personal docente y administrativo, los alumnos perciben una falta de liderazgo por parte de los directivos y por ende una mala organización dentro de la institución.

### **Recomendaciones o sugerencias.**

Las siguientes recomendaciones que se harán, son en base a los resultados obtenidos en el trabajo de investigación que se realizó al personal docente, administrativo y alumnos de la Escuela Secundaria Federal "Educación y Patria". Dichas sugerencias vienen a concluir el proyecto de investigación, logrando los objetivos planteados al inicio del mismo, los cuales consisten en: Identificar las debilidades y las fortalezas presentes en la imagen de esta institución. Las cuales se especificaron anteriormente. Y generar propuestas orientadas a impulsar las fortalezas y atenuar las debilidades que presenta esta comunidad educativa.

A continuación se presentan dichas propuestas que se estructura en cuatro apartados:

#### *Comunicación efectiva:*

- Reconocimiento a las sugerencias del personal, tanto docente como administrativo, por parte de los directivos.
- Realizar una calendarización de reuniones.

#### *Relaciones sociales:*

- Directivos y personal, trabajar amistosamente.
- Fomentar valores o virtudes al personal de la institución, tales como: solidaridad, amistad, compromiso y unidad.
- Crear mediante actividades culturales, deportivas, sociales y familiares, el sentido de pertenencia a la institución en el personal.

### *Liderazgo:*

- Plantearse objetivos y metas al inicio de cada ciclo escolar.
- Debe haber un cambio de actitud mental por parte de los directivos para asumir nuevas responsabilidades y así atenuar las debilidades que tiene la comunidad educativa de la secundaria Educación y Patria.
- De la misma manera, se debe dar un cambio en la actitud mental de los trabajadores para colaborar cordialmente con los directivos e impulsar a través de las fortalezas mencionadas anteriormente; motivación, comunicación, orgullo y compromiso; un trabajo colectivo que mejore la situación actual de la institución.

### *Imagen:*

- Realizar un reglamento interno dirigido al personal, en donde se especifique el uso adecuado del uniforme; si no se tiene uno, especificar la adecuada presentación personal para presentarse a trabajar, ésta puede ser:  
En hombres, pelo corto, rasurado o bien, barba delineada y discreta, si se usa bigote, éste debe estar delineado y corto. Vestimenta de pantalón tipo sastre o el uso de jeans, camisa o playera con cuello, calzar zapatos y vestimenta formal cuando sea necesaria. Prohibido el uso bermudas, sandalias o huaraches.  
En mujeres, usar faldas debajo o a la altura de la rodilla, maquillaje discreto, accesorios discretos, calzar zapatilla abierta o cerrada. Prohibido el uso de escotes, blusas desmangadas, pantalones cortos, sandalias o huaraches.  
En cambio, si dicho reglamento ya existe, resaltar los puntos donde se concrete a hablar de la imagen personal de los trabajadores.

## Bibliografía

- ❖ Jorge Santiago Barnés, “La interdisciplinariedad de la Imagen en el Desarrollo de la Narrativa Visual”. Razón y Palabra.  
<http://www.razonypalabra.org.mx/>
- ❖ FONT, D., ( 1981). *El poder de la imagen*, Barcelona, Aula abierta Salvat, Salvat Editores, Colección Temas Clave.
- ❖ Patricia Andrade (Julio 2011) Imagen de la Universidad Veracruzana a través de grupos de discusión. <http://www.razonypalabra.org.mx/>
- ❖ Gilda Gadea Aldave.(2010) “Estudio de Imagen Institucional en México. El caso de la Procuraduría General de Justicia y la Secretaria de Relaciones Exteriores en el estado de Tamaulipas. <http://www.razonypalabra.org.mx>
- ❖ Fernández Collado C. (2002) *La Comunicación en las Organizaciones* (2da edición) México: Trillas
- ❖ Moles, Abraham (1991) *La imagen, comunicación funcional*. México: Trillas
- ❖ Pérez, Francisco (2005) Tesis: estudio interno de la imagen de la Universidad Vasco de Quiroga. Morelia, Michoacán.
- ❖ Montes Nieto L. M. (2004) Tesis: Acercamiento a la UVAQ: diagnóstico de su imagen institucional. Morelia, Michoacán.
- ❖ Joan Costa (2009) *Imagen Corporativa en el Siglo XXI* (2da edición) Buenos Aires. Ed. Crujía.

- ❖ Ma. Enriqueta García Abraham (2008) Elementos para el análisis del discurso icónico. Colección Textos de Postgrados en Comunicación, No. 6. Universidad Vasco de Quiroga, Morelia, Michoacán.
- ❖ Roberto Servitje Sendra (2003) Bimbo. Estrategia de éxito empresarial. Pearson Educación, México.
- ❖ Martha Robles (1979) Educación y sociedad en la historia de México (3ra edición) Siglo Veintiuno editores, sa.
- ❖ Víctor Gordo (2003) El Poder de la Imagen Pública. (10ma edición) México, Ed. EDAMEX.
- ❖ Paul Capriotti Peri (2008) Planificación estratégica de la Imagen Corporativa (3ra edición) Editorial Ariel, S. A. Barcelo, España.
- ❖ María Aurora Tena Anguiano, Nonatzin Hernández Cadena, Jacobed Alejandra Rangel Gonzales y otros (1998) La Educación de la Revolución (1ra edición) IMCED Coordinación de la Investigación Educativa. Morelia, Mich. México.
- ❖ Araceli Montes, Morelos Torre Aguilar (2003) Guía XXI, Historia y Geografía de Michoacán (1ra edición) Ed. Santillana, SA de CV.
- ❖ Anónimo (2000) Estatutos, SNTE. Editorial del Magisterio “Benito Juárez”.
- ❖ Anónimo (2010) Criterios y procedimientos para movimientos y promociones: aprobados por el V pleno de Escalafón. Sección XVIII Michoacán.
- ❖ Luis Jesús Galindo Cáceres, Heriberto López Romo (1998), Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación. Ed. Pearson.

- ❖ Teresa Pintado Blanco, Joaquín Sánchez Herrera (2013), Imagen Corporativa: influencia en la gestión empresarial. Esic Editorial. Segunda Edición. Madrid España.
- ❖ Nicholas Ind (1990), La Imagen Corporativa. Ediciones Díaz de Santos, S. A. Madrid, España.
- ❖ Víctor Manuel Alcántar, José Luis Arcos y Alejandro Mungaray. (2006) Vinculación y posicionamiento de la Universidad Autónoma de Baja California con su entorno social y productivo. Ed. Anuies, Baja California, México.
- ❖ Joan Costa (2009) DirCom. Estrategia de la complejidad. Ed. Joan Costa. Valencia, España.
- ❖ (1917) Constitución Política de lo Estados Unidos Mexicanos, que reforma la de 5 de febrero de 1857.  
[https://www.scjn.gob.mx/normativa/analisis\\_reformas/Analisis%20Reformas/00130029.pdf](https://www.scjn.gob.mx/normativa/analisis_reformas/Analisis%20Reformas/00130029.pdf)) Diario Oficial, Órgano del Gobierno Provisional de la República Mexicana.
- ❖ Hugo Aboites (Abril-Junio 2012) El Derecho a la Educación en México: del Liberalismo Decimonónico al Neoliberalismo del Siglo XXI.  
<http://www.comie.org.mx/v1/revista/visualizador.php?articulo=ART53002&criterio=http://www.comie.org.mx/documentos/rmie/v17/n053/pdf/53002.pdf>) Revista Mexicana de Publicación Educativa.
- ❖ Michoacán, el quinto estado con más analfabetas funcionales, según INEGI (2012, septiembre 8) Morelia, Mich.  
<http://www.lajornadamichoacan.com.mx/2012/09/08/michoacan-el-quinto-estado-con-mas-analfabetas-funcionales-informa-el-inegi/>

- ❖ INEGI (1950) Censo de Población de 1950. Consultado el 4 de julio de 2014, en [www.inegi.org.mx](http://www.inegi.org.mx)
- ❖ Coordinadora Nacional de los Trabajadores de la Educación. Obtenida el 14 de julio de 2014. De: <http://cntrabajadoresdelaeducacion.blogspot.mx/>
- ❖ INEGI (2011) “Estadísticas a propósito del día internacional de la alfabetización”, datos Michoacán de Ocampo. Consultado el 7 de julio de 2001, Morelia, Mich:  
<http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/default.asp?c=269&e>



