

**DISEÑO Y EJECUCIÓN DE LA PROPUESTA DE CREACIÓN DEL PERIÓDICO  
INSTITUCIONAL DEL COLEGIO CANADIENSE**

**SANDRA MILENA MONTOYA JIMÉNEZ**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA LASALLISTA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y EDUCACIÓN  
COMUNICACIÓN Y PERIODISMO  
CALDAS (ANTIOQUIA)**

**2010**

**DISEÑO Y EJECUCIÓN DE LA PROPUESTA DE CREACIÓN DEL PERIÓDICO  
INSTITUCIONAL DEL COLEGIO CANADIENSE**

**SANDRA MILENA MONTOYA JIMÉNEZ**

**Informe de práctica para optar por el título de Comunicadora Periodista**

**ASESOR**

**DIEGO LEÓN SALAZAR VARGAS**

**COMUNICADOR SOCIAL**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA LASALLISTA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y EDUCACIÓN  
COMUNICACIÓN Y PERIODISMO  
CALDAS (ANTIOQUIA)**

**2010**

## **AGRADECIMIENTOS**

A todas las personas que con su dedicación, apoyo incondicional y recomendaciones han ayudado en la construcción de uno de mis mayores ideales; ser una gran profesional en el área de la comunicación y el periodismo en mi país Colombia.

A la Institución educativa Colegio Canadiense, por haberme brindado la oportunidad de realizar mi práctica profesional en tan excelente y honorable Organización, comprometida con la formación de los futuros empresarios de Colombia. También mis más sinceros agradecimientos por el apoyo que recibí de muchos de los trabajadores del Canadiense, pues hicieron de mi estadía una gran experiencia y una enseñanza de lo que significa el trabajo en equipo.

Mil gracias por toda la confianza que depositaron en mi, ahora puedo decir que tengo la seguridad, el liderazgo y la valentía para enfrentar los azares que se presenten a lo largo de mi vida.

A mi jefe inmediata Luz Eliana Arias Giraldo, por su dedicación, disciplina, enseñanzas, recomendaciones y paciencia en mi proceso de aprendizaje. Me siento orgullosa de haber pertenecido a tan excelente equipo humano como el de Bienestar Institucional, en donde cada una de las personas que lo conforman realiza un trabajo impecable y digno de ser admirado por toda la comunidad educativa.

A mi asesor Diego León Salazar Vargas, ya que sin él no hubiese sido posible la materialización de este trabajo de grado. Le agradezco por estar siempre pendiente de solucionar cualquiera de mis inquietudes y por tener la paciencia suficiente para tolerar los imprevistos causados en el tiempo de práctica. Sin duda alguna hizo de mi proceso empresarial toda una experiencia incomparable.

A la Corporación Universitaria Lasallista, por el tiempo dedicado a mi proceso de formación como comunicadora, por estos cinco largos años en los que me brindaron todas las herramientas para defenderme en la vida laboral y personal, pudiendo hoy llegar a feliz término y consolidar con gran satisfacción mi proyecto empresarial.

A mi madre por darme la oportunidad de formarme en una gran academia como la Universidad Lasallista y ofrecerme las enseñanzas y consejos sabios para llevarme por el camino correcto; a mi esposo Leonel por fortalecerme en los momentos de desesperación y brindarme todo su amor, fortaleza y comprensión todos los días de mi vida.

## CONTENIDO

	Pág.
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>9</b>
<b>1. JUSTIFICACIÓN</b>	<b>10</b>
1.1 IMPACTO CIENTIFICO Y TECNOLÓGICO	10
1.2 IMPACTO SOCIAL Y ECONÓMICO	10
<b>2. OBJETIVOS</b>	<b>12</b>
2.1 OBJETIVO GENERAL	12
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	12
<b>3. MARCO TEÓRICO</b>	<b>13</b>
3.1 DEFINICIONES Y CONCEPTOS DE COMUNICACIÓN	13
3.2 DEFINICIONES COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	14
3.3 LA COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES	15
3.4 DEFINICIONES DE COMUNICACIÓN INTERNA	17
3.5 DEFINICIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN O INFORMACIÓN	18
3.6 ¿CUÁLES SON LAS FUNCIONES DE UN PERIÓDICO?	19
3.7 ¿QUÉ SON LAS SECCIONES EN UN PERIÓDICO?	19
3.8 PLAN DE COMUNICACIONES COLOMBO CANADIENSE	20
3.8.1 Misión	21
3.8.2 Visión	21
3.8.3 Objetivos institucionales	21

3.8.4 Principios y valores	22
3.8.5 Reseña histórica	23
3.8.6 Diagnóstico	26
3.8.7 Servicios del Colegio Canadiense	27
3.8.8 Descripción de los públicos	28
3.8.9 Ubicación-número de empleados-clientes	29
3.8.10 Actividades del Colegio Canadiense	30
3.8.11 Descripción de la parte física	31
3.8.12 Descripción de problema	32
3.8.13 Matriz DOFA	32
3.8.14 Plan estratégico	34
3.8.15 Estrategias teniendo en cuenta el diagnóstico encontrado	35
3.8.16 Plan de acción	39
3.8.17 Seguimiento y control	40
3.9 ¿CÓMO DISEÑAR UN PROYECTO DE PERIÓDICO ESCOLAR?	40
3.10 PROPÓSITO, FORMATO Y ORGANIZACIÓN PERIÓDICO	41
3.10.1 Propósito para la elaboración del periódico	42
3.10.2 Formato para la elaboración del periódico	42
3.10.3 Organización del personal Canadiense	43
<b>4. METODOLOGÍA</b>	<b>45</b>
4.1 OBSERVACIÓN DIRECTA	46

<b>5. RESULTADOS</b>	<b>47</b>
<b>6. ANÁLISIS DE RESULTADOS</b>	<b>48</b>
<b>7. OTROS RESULTADOS DE PRÁCTICA</b>	<b>50</b>
<b>8. CONCLUSIONES</b>	<b>51</b>
<b>9. RECOMENDACIONES</b>	<b>52</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>53</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>55</b>

## LISTA DE ANEXOS

	<b>Pág.</b>
ANEXO A. CAMPAÑA DE RECICLAJE	55
ANEXO B. TERMÓMETRO DE RECICLAJE	57
ANEXO C. PROPUESTA CREACIÓN PERIÓDICO ESCOLAR	58
ANEXO D. BOLETÍN WHAT ` S GOING ON?	62
ANEXO E. PÁGINA WEB COLEGIO CANADIENSE	66
ANEXO F. REVISTA WHY?	67
ANEXO G: DISEÑO DE BOLETERÍA, VOLANTES Y ESCARAPELAS EJE	68

## RESUMEN

En este trabajo de grado se presenta detalladamente cada una de las funciones realizadas en el período de práctica en el Colegio Canadiense, la cual se llevo a cabo en un período de seis meses, en donde se pudo desarrollar el diseño de la propuesta de creación del periódico institucional Canadiense.

Se dará cuenta del proceso que se realizo para llegar a los resultados obtenidos en la realización del periódico, cuáles fueron los alcances y hasta donde se pudo avanzar con la propuesta. Se podrá evidenciar la difusión de la Campaña de reciclaje para la impresión del periódico y los diferentes eventos realizados para recolectar recursos en pro de su aprobación por la Junta Directiva de la institución.

Se evidenciara todas las actividades ejecutadas desde el departamento de comunicaciones en la gestión de práctica empresarial, como el Boletín WGO?, la publicación de la revista Why?, la publicación de noticias y montaje en el portal de imágenes, eventos, calendario escolar, en la página web [www.colegiocanadiense.edu.co](http://www.colegiocanadiense.edu.co), el manejo de carteleras institucionales, la organización de eventos educativos, recreativos y empresariales a nivel interno y externo, la coordinación del comité de publicidad, mercadeo y comunicaciones del evento empresarial Feria EJE, la actualización del plan de comunicaciones del Colegio entre muchos otros.

Se abordan algunos conceptos que a manera de contextualización contribuyen a dar sustento a la propuesta mediática prevista para la institución. Se parte de los conceptos más generales hasta llegar a los más específicos en relación con el soporte conceptual. En este recorrido se hace necesario analizar la comunicación, precisamente, en el ámbito empresarial, la que es definida por algunos autores como la comunicación organizacional.

## **ABSTRACT**

In this work of degree is presented in detail each one of the functions carried out in the period of practice in the Canadian School, which I am carry out in a period of six months, where could develop the design of the proposal of creation of the Canadian institutional newspaper.

It will realize the process that I am carried out to arrive at the results obtained in the execution of the newspaper, which were the reaches and even where could advance with the proposal. It will be able to show the diffusion of the Campaign of recycling for the impression of the newspaper and the different events carried out to collect resources on behalf of its approval by the board of directors of the institution.

It was shown all the activities executed since the department of communications in the management of business practice, like the Bulletin WGO. The publication of news and assembly in the entry of images, events, school calendar, in the web page [www.colegiocanadiense.edu.co](http://www.colegiocanadiense.edu.co), the management of institutional billboards, the organization of business, recreational, and educational events to external and internal level, the coordination of the committee of publicity, marketing and communications of the business event Trades AXIS, the updating of the plan of communications of the School among many other.

Some concepts are undertaken that to way of contextualización contribute to give living to the predicted media proposal for the institution. Splits of the most general concepts until arriving at the most specific in relation to the conceptual backup. In this it traveled through is done necessary to analyze the communication, exactly, in the business environment, the one that is defined by some authors as the communication organizacional.

## INTRODUCCIÓN

Este documento sistematiza el trabajo realizado durante el período de práctica en la Fundación Colombo Canadiense, desde el 25 de enero hasta el 25 de julio de 2010. El trabajo de práctica consistió en diseñar y ejecutar la propuesta de creación del periódico institucional del Colegio Canadiense a fin de contar con un medio de comunicación escolar que permitiera la publicación de contenidos de los estudiantes y la cooperación de toda la comunidad académica en general.

Este informe se fundamenta en los análisis y propósitos a mediano y largo plazo y presenta resultados con sus correspondientes recomendaciones al proyecto titulado **“Creación y gestión del Periódico Institucional Canadiense”**.

Además en este informe se podrá encontrar detalladamente los resultados obtenidos con relación a cada uno de los objetivos específicos planteados para este proyecto.

Cabe mencionar que el Periódico Escolar es una de las grandes necesidades identificadas dentro de la institución educativa, mediante encuestas previamente realizadas antes de la intervención en el proyecto, por lo que en este informe se podrá encontrar paso a paso las etapas propuestas para la elaboración del Periódico Institucional, desde su desarrollo hasta su ejecución.

Además de encontrar en los anexos los criterios y elementos a tener en cuenta en la creación del diseño y los contenidos de las secciones.

Con este trabajo se pretendió que el Colegio Canadiense tuviese la oportunidad de reinventar el sistema de comunicaciones al interior de la institución, buscando llegar a todos los públicos tanto internos como externos, logrando cautivar y recrear nuevas alternativas comunicacionales que ayuden en su proceso de gestión de la calidad educativa.

## 1. JUSTIFICACIÓN

### 1.1 IMPACTO CIENTIFICO Y TECNOLÓGICO

Para cualquier organización es de vital importancia contar con canales de comunicación que permitan dar a conocer información oficial acerca del quehacer institucional. Para un ente educativo como el Colegio Canadiense, es importante tener un periódico institucional, pues se hace fundamental que la comunidad académica en general tenga este espacio que promueva los flujos de información principalmente entre los estudiantes, pero con apoyo de directivos, docentes, estudiantes e incluso padres de familia y otros invitados.

Una institución que está creciendo cada vez más le exige mayor compromiso y mejores medios de comunicación para tener una correcta difusión de la información, que se genera en el ámbito interno y externo de la comunidad educativa.

Para hacer evidente este producto se hace necesario recurrir a los géneros periodísticos como posibilidades narrativas que de diversas maneras permiten contar esas historias objeto de conocimiento por la comunidad. Así mismo vale la pena traer como elemento clave a este ejercicio el conocimiento de la fotografía e incluso el de taller de medios, como sustento para la práctica profesional.

### 1.2 IMPACTO SOCIAL Y ECONÓMICO

Un medio de comunicación, como el periódico institucional, es un espacio de divulgación, de formación, de puesta en común de intereses de los diferentes públicos internos de la institución e incluso de algunos externos que podrían tener algún espacio en este medio. Sin embargo, vale la pena considerar que con los contenidos entregados y con el rigor periodístico, la creatividad y la calidad en general del producto se puede tener un impacto directo en la comunidad académica, pues se podrán dar a conocer algunos temas que de otra manera podrían no enterarse uno y otros.

La puesta en común de este tipo de informaciones, sin duda, genera sinergias al interior de las organizaciones, lo cual puede facilitar o beneficiar a la institución al encontrar aliados para su proyecto e incluso enriquecimiento de las ideas a partir

de la puesta en común de proyectos que se pongan como contenido esenciales de esta publicación.

Este proyecto pretendió proyectar el Colegio Canadiense en lo social como una institución de grandes ideas, como una organización de calidad y de formación integral, que además cuida el medio ambiente con su compromiso con el reciclaje, imprimiendo el periódico en papel reutilizable. Así mismo se pretende también recaudar fondos para el periódico por medio de la venta de papel reciclable y en parte buscar que sea sostenible en el tiempo.

## 2. OBJETIVOS

### 2.1 OBJETIVO GENERAL

Diseñar y ejecutar la propuesta de creación del periódico institucional del Colegio Canadiense a fin de contar con un medio de comunicación escolar que permita la publicación de contenidos de los estudiantes y la cooperación de toda la comunidad académica en general.

### 2.2 OBJETIVO ESPECÍFICOS

- Diseñar la propuesta de organización y criterios generales del medio.
- Diseñar y ejecutar un programa de formación para los estudiantes por medio de clases opcionales como: taller de fotografía y medios digitales, taller de redacción en los diferentes géneros periodísticos.
- Conformar el grupo de redactores escolares del periódico con los mismos estudiantes del colegio.

### 3. MARCO TEÓRICO

A continuación se abordan algunos conceptos que a manera de contextualización contribuyen a dar sustento a la propuesta mediática prevista para la institución. Se parte de los conceptos más generales hasta llegar a los más específicos en relación con el soporte conceptual.

#### 3.1 DEFINICIONES Y CONCEPTOS DE COMUNICACIÓN

La **comunicación** podemos afirmar que es un proceso y que se entiende como tal en la medida que exige la presencia de elementos que componen el circuito comunicativo. Como se define en Wikipedia “Es el proceso mediante el cual se transmite información de una entidad a otra. Los procesos de comunicación son interacciones mediadas por signos entre al menos dos agentes que comparten un mismo repertorio de signos y tienen unas reglas semióticas comunes. Tradicionalmente, la comunicación se ha definido como "el intercambio de sentimientos, opiniones, o cualquier otro tipo de información mediante habla, escritura u otro tipo de señales". Todas las formas de comunicación requieren un emisor, un mensaje y un receptor. En el proceso comunicativo, la información es incluida por el emisor en un paquete y canalizada hacia el receptor a través del medio. Una vez recibido, el receptor decodifica el mensaje y proporciona una respuesta.<sup>1</sup>

En esa perspectiva clásica de la comunicación, ésta “se define como un proceso en el que intervienen un emisor y un receptor, en un ambiente determinado (físico o virtual) a través del cual se logra la transmisión e intercambio de ideas e información, comprensible entre las partes”.<sup>2</sup> Esos emisores receptores, a quienes podemos entender como participantes e interlocutores de la comunicación con otros autores posibilitan la bidireccionalidad de la comunicación, Es decir que permiten romper los esquemas unidireccionales, y por el contrario promover la doble vía tan necesario por ejemplo en los procesos de comunicación en la empresa.

“La palabra comunicación deriva del latín *communicare*, que significa “compartir algo, poner en común”. Por lo tanto la comunicación es un fenómeno inherente a

---

<sup>1</sup>WIKIPEDIA. Definición y conceptos de comunicación. [En línea]. [www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com) [citado el 14 de agosto de 2010]

<sup>2</sup>CANGURO. Definición y conceptos de comunicación.[En línea]. <http://cangurorico.com/2009/02/definicion-de-comunicacion.html> [citado el 14 de agosto de 2010]

la relación que los seres vivos mantienen cuando se encuentran en grupo. A través de la comunicación, las personas o animales obtienen información respecto a su entorno y pueden compartirla con el resto”.<sup>3</sup> El reto entonces es poder hacer común en las organizaciones aquellos contenidos tan necesarios para el cumplimiento de los objetivos empresariales.

### 3.2 DEFINICIONES COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

En este recorrido conceptual se hace necesario analizar la comunicación, precisamente, en el ámbito empresarial, la que es definida por algunos autores como la comunicación organizacional.

- “El conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y su medio”, “Un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, entre la organización y su medio; o bien, influir en las opiniones, aptitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que ésta última cumpla mejor y más rápido los objetivos”.<sup>4</sup>
- “Es una herramienta de trabajo que permite el movimiento de la información en las organizaciones para relacionar las necesidades e intereses de ésta, con los de su personal y con la sociedad”.<sup>5</sup>
- Es el Componente de Control que orienta la difusión de políticas y la información generada al interior de la entidad pública para una clara identificación de los objetivos, las estrategias, los planes, los programas y los proyectos hacia los cuales se enfoca el accionar de la entidad; debe convocar a los servidores públicos entorno a una imagen corporativa que comprenda una gestión ética, eficiente y eficaz que proyecte su

---

<sup>3</sup> WIKIPEDIA. Definición y conceptos de comunicación [En línea]. [www.definicion.d/comunicacion.com](http://www.definicion.d/comunicacion.com) (citado el 14 de agosto de 2010)

<sup>4</sup>FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos. La Comunicación en las Organizaciones. Castellano, 1999, Trillas.

<sup>5</sup>TU REVISTA. Definiciones de comunicación organizacional. <http://www.turevista.uat.edu.mx/Volumen%203%20Numero%204/comunicacion%20organizacional.htm> [citado el 14 de agosto de 2010]

compromiso con la rectitud y la transparencia, como gestores y ejecutores de lo público.<sup>6</sup>

- Una de las necesidades básicas del universo empresarial y de las personas que forman parte de él consiste en alcanzar un nivel óptimo de organización y comunicación. A menudo se piensa que éste es un proceso sencillo y natural, y ello hace que los problemas subsiguientes no se aborden de forma global. En efecto, tanto la organización como la comunicación presentan una aparente paradoja: por un lado, parecen algo evidente; por otro, albergan una gran complejidad. El presente libro se enfrenta al tema desde un punto de vista original y práctico a la vez: el de la necesaria adecuación empresarial entre comunicación y organización.<sup>7</sup>

### 3.3 LA COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES

Hoy en día se ha venido dando el surgimiento de un sin número de organizaciones de todo tipo, lo que ha permitido que se vaya desplegando un mercado bastante competitivo, por lo que la gran mayoría de las empresas se han visto en la necesidad de mejorar sus relaciones comunicativas entre todos los integrantes de la misma, haciendo uso de estrategias o diversos canales de comunicación, con la intención de mantener informados a sus trabajadores a cerca de los cambios que constantemente se realicen dentro y fuera de la organización, esto con el objetivo de fortalecer y afinar su identidad e imagen corporativa hacia sus públicos internos y externos.

Es así como todas las organizaciones experimentan diversidad de necesidades comunicacionales dentro y fuera del ámbito laboral, por lo que es fundamental que exista una valoración y clasificación de cada uno de los mensajes y medios alternativos que se vayan a utilizar hacia los públicos, teniendo en cuenta el perfil y las características de la empresa.

Hoy por hoy la comunicación en cualquier organización se ha convertido en uno

---

<sup>6</sup>MECI. Definición de comunicación organizacional. [En línea]. [http://www2.valledelcauca.gov.co/SIISVC/documentos/Presentaciones/MECI/Unidad\\_2/B\\_control%20gestion/B\\_3\\_comunicacion/B\\_3\\_1\\_comuninterna/U2\\_B\\_3\\_1\\_lectura.htm](http://www2.valledelcauca.gov.co/SIISVC/documentos/Presentaciones/MECI/Unidad_2/B_control%20gestion/B_3_comunicacion/B_3_1_comuninterna/U2_B_3_1_lectura.htm) [citado el 15 de agosto de 2010]

<sup>7</sup> BARTOLI, Annie. Comunicación y organización. La organización comunicante y la comunicación. 1992, 1ª ed. Barcelona, 1992. N° de pág. 96.

de sus ejes principales, pues por medio de ella pueden mejorar sus relaciones comunicativas entre sus trabajadores y esto se ve reflejado en el trato con sus públicos. Por ello es fundamental el uso de herramientas de comunicación organizacional, con el fin de implementar cada vez más nuevas estrategias que ayuden a direccionar los mensajes de manera efectiva.

Para lograr una comunicación asertiva en todos los niveles de la organización, es de vital importancia conocer la estructura primordial de los medios y sistemas de comunicación existentes en la compañía, como lo son los boletines, periódicos, revistas, envío masivo de correos electrónicos, con el fin de que se empleen de manera adecuada por los trabajadores, así mismo sensibilizar a todo el personal sobre la importancia de una buena y satisfactoria comunicación dentro y fuera del ambiente laboral.

Es muy importante tener estos aspectos en cuenta. “Una vez identificados los medios que se utilizan en la empresa para que exista una comunicación adecuada, se debe trabajar en ellos para la elaboración de su diseño y contenido”.<sup>8</sup>

El objetivo de desplegar la comunicación corporativa dentro de una empresa es que esta sea vista como una herramienta necesaria y primordial para el mejoramiento continuo de la imagen e identidad de la organización.

Para iniciar cualquier proyecto de comunicación en una organización y más en el Colegio Canadiense en donde la información es tan cambiante, es muy importante que se desarrollen actividades de investigación, donde se pueda conocer cuál es la cultura organizacional y cuáles son los medios que más se acomodan al tipo de público que se maneja en la institución, para poder implementarlos; en este caso aplicaría muy bien el Periódico Escolar.

“Los mensajes que se intercambian en la organización, pueden transmitirse a través de canales interpersonales o de medios de comunicación como memoranda, circulares, boletines o revistas, tableros de avisos y manuales, así como programas audiovisuales, circuitos internos de televisión, sistemas computarizados, sonido ambiental o también se pueden hacer uso de los medios de comunicación masiva, para de esta manera poder llegar a numerosos públicos externos” (FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos 1998).<sup>9</sup>

En la realidad la comunicación, toma diferentes formas en las organizaciones como la de “relaciones públicas y publicidad”, son las expresiones más utilizadas para referirse a la comunicación, sin embargo aun se siguen utilizando

---

<sup>8</sup> MÁRQUEZ MOLINA, Laura. La Comunicación en las organizaciones. 2004

<sup>9</sup> MÁRQUEZ MOLINA, Laura. La Comunicación en las organizaciones. 2004

frecuentemente. Lo realmente importante es que se realicen estas funciones por personas tituladas en comunicaciones, teniendo en cuenta los campos de acción.

Dentro de una organización tan grande como el Colegio Canadiense, donde hay una gran cantidad de empleados, padres de familia y estudiantes se requiere tener unas funciones que se consideren idóneas para que la comunicación se efectúe con éxito en todos los campos de la empresa, teniendo en cuenta que dichas funciones deben ser planeadas por el comunicador: La función de producción, de innovación y mantenimiento.

En cuanto a la función de producción, la información que se maneja en el Colegio Canadiense, va encaminada hacia la producción de los trabajadores, buscando la forma de orientarlos en la forma más adecuada de optimizar tiempo y realizar muy bien su trabajo, además de tener actividades de capacitación, solución de problemas, establecer objetivos, sugerencias e ideas que vayan en constante beneficio de la calidad de la producción.

“Esta función abarca cualquier actividad de comunicación relacionada con la realización del trabajo en la organización”. En el caso de la función de innovación, relacionamos la palabra con algo nuevo que causará cierto impacto en la sociedad. Sin embargo no precisamente tiene que ser objetivamente nuevas, pero la idea es que cause reacciones positivas lo cual es muy importante para la organización.

En cuanto a la función de mantenimiento, por medio de ésta el trabajador se integra y convive más con los demás integrantes de la organización, participando de diversas actividades como: la celebración de cumpleaños de de alguno de sus compañeros, el cierre de fin de año académico, la publicación número 50 de la revista institucional, el día del docente, del trabajador, entre muchas otras. Estos eventos son ejemplos que logran que el desempeño laboral en una compañía se cumpla con éxito. Es necesario que los empleados se sientan realmente parte de la empresa, que se consideren parte importante de ella.

“En las tres funciones es muy importante el personal en la compañía, así como hacerle llegar adecuadamente la información. Sin embargo también es importante su público externo, de quien depende en un gran porcentaje cualquier organismo”.<sup>10</sup>

### 3.4 DEFINICIONES DE COMUNICACIÓN INTERNA

---

<sup>10</sup> MÁRQUEZ MOLINA, Laura. La Comunicación en las organizaciones. 2004

- Es la comunicación dirigida al cliente interno, es decir, al trabajador. Nace como respuesta a las nuevas necesidades de las compañías de motivar a su equipo humano y retener a los mejores en un entorno empresarial donde el cambio es cada vez más rápido. Es contar a la Organización lo que se está haciendo. Esta noción tiene un marcado carácter informacional, ya que es una perspectiva en la que se busca informar al personal de las noticias que suceden en la empresa. No se intenta la participación de los miembros de la empresa, sino que solamente se tiene la intención de transmitirles informaciones (las que el área responsable de comunicación interna considere como interesantes).<sup>11</sup>

### 3.5 DEFINICIONES DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN O INFORMACIÓN

Se ha tratado de hacer un recorrido referencial partiendo del concepto genérico de la comunicación y posteriormente se ha aterrizado a la organización al definir la comunicación organizacional y a la comunicación interna. Para esta gestión dentro de las empresas los medios se constituyen en una herramienta, en un facilitador de los procesos comunicativos. En tal sentido vale la pena definir precisamente el término.

- Según lo encontrado en los documentos de Wikipedia La Enciclopedia Libre, el término medio de comunicación (se deriva del latín mediū, lo que está entre dos cosas, en el centro de algo o entre dos extremos) se hace referencia al instrumento o forma de contenido por el cual se realiza el proceso comunicacional o comunicación. Usualmente se utiliza el término para hacer referencia a los medios de comunicación masivos (MCM, medios de comunicación de masas o mass media); sin embargo, otros medios de comunicación, como el teléfono, no son masivos sino interpersonales.
- Son la manera más eficaz y rápida de transmitir un mensaje, para otros, son un vehículo de manipulación social mediante el cual los diferentes poderes de la sociedad se hacen escuchar, así como también hay quienes piensan en los medios de comunicación como si de un reflejo de la sociedad del momento se tratase, como en un medio gracias al cual es posible manifestar lo positivo y lo negativo de una situación o de un contexto determinado.

---

<sup>11</sup> SCRIB. Definiciones de comunicación interna. [En línea]. <http://www.scribd.com/doc/2218082/susan> [citado el 15 de agosto de 2010]

- Es la aplicación de los principios, de las técnicas de la información, sociológica, política y económica para la difusión de datos, vertebrados y estructurados, sistematizados y estimados dirigidos a los grandes conglomerados. En otras palabras implica el manejo de información orientadas a numerosos sectores de la población, a la nación misma y a los habitantes de otros territorios, es decir, a la sociedad en general.

### 3.6 ¿CUÁLES SON LAS FUNCIONES DE UN PERIÓDICO?

Según el texto ***El Diario en la Escuela***, las funciones principales de un periódico son: informar, persuadir, estimular.

El documento nos habla de que los docentes intentan formar lectores críticos, por lo que es importante conocer en qué tipo de publicaciones predominan las siguientes funciones:

- **Función informativa:** predomina en la noticia, la crónica, el reportaje y la entrevista.
- **Función Persuasiva:** intenta influir en el receptor y afectarlo emocionalmente. Esta función prevalece en la publicidad, en la propaganda, en el editorial y en todas las notas de opinión.
- **Función estimulante:** su objetivo es el entretenimiento, el goce estético, la recreación. Se encuentra como función predominante en las páginas literarias, en las historietas, en el humor.<sup>12</sup>

En todos los mensajes periodísticos predomina siempre una función, pero puede ser que se encuentren otras adicionales, “por ejemplo la función persuasiva y la estimulante en las caricaturas de personajes públicos o en las historietas de connotación política”.<sup>13</sup>

### 3.7 ¿QUÉ SON LAS SECCIONES EN UN PERIÓDICO?

---

<sup>12</sup> EL DIARIO EN LA ESCUELA. ¿Cuáles son las funciones de un periódico? [En línea]. [http://formacion-docente.idoneos.com/index.php/Did%C3%A1ctica de la Lengua/El diario en la escuela](http://formacion-docente.idoneos.com/index.php/Did%C3%A1ctica%20de%20la%20Lengua/El%20diario%20en%20la%20escuela) [citado el 15 de agosto]

<sup>13</sup> EL DIARIO. ¿Cuáles son las funciones de un periódico? [En línea]. <http://www.eldiario.com.ar/escuela/> [citado el 15 de agosto]

Las secciones de un periódico son un conjunto de noticias que guardan entre sí cierta relación. Siempre guardan un orden dentro de una página central. Las secciones pueden ser:

- **Política internacional:** recoge los hechos políticos ocurridos en el extranjero. Su información es internacional.
- **Política nacional:** recoge la actualidad política del país al que pertenece el periódico.
- **Economía:** recoge los hechos que hacen referencia al mundo de la economía (bolsa, finanzas, mercado, empresas,...). Su información es nacional e internacional.
- **Cultura:** recoge las noticias culturales (teatro, cine, música, televisión, bellas artes, radio, libros). Recoge acontecimientos nacionales e internacionales.
- **Laboral:** informa sobre temas relacionados con el trabajo (empresas, actividades sindicales, conflictos laborales, huelgas,...). Su información es a nivel nacional.
- **Sucesos:** recoge información sobre accidentes, delitos, catástrofes naturales.
- **Local:** recoge información referida a la localidad o área de mayor influencia del periódico.
- **Deportes:** recoge información deportiva (campeonatos, récords, ...)
- **Educación:** recoge noticias referentes al mundo de la enseñanza (escuelas, universidades, pedagogía, ...)
- **Ciencias:** recoge información sobre investigación y temas científicos, últimos descubrimientos.
- **Religión:** recoge noticias referidas a las diferentes comunidades religiosas, la fe, las iglesias.
- **Sociedad:** recoge los hechos protagonizados por el hombre en su vida social. También recoge aquello que no tiene ninguna catalogación específica.
- **Opinión:** tribuna abierta que incorpora diferentes opiniones sobre temas de actualidad. Desde colaboraciones periodísticas destacadas (políticos, figuras destacadas de otros campos...) hasta la opinión o criterio del propio lector, lo cual, se refleja a través de las "cartas al director".<sup>14</sup>

### 3.8 PLAN DE COMUNICACIONES FUNDACIÓN COLOMBO CANADIENSE

---

<sup>14</sup> UCML. ¿Qué son las secciones de un periódico? [En línea]. <http://www.uclm.es/profesorado/ricardo/Prensa/Musica2001/SECCIONES%20DE%20UN%20PERI%C3%93DICO.html> [citado el 16 de agosto de 2010]

El Colegio Canadiense es una Institución Educativa dedicada a la formación y desarrollo integral de hombres y mujeres de la ciudad de Medellín y municipios aledaños. La mayoría de estos jóvenes de los estratos cuatro, cinco y seis.

El objetivo principal del Colegio es formar personas con grandes logros académicos para generar en ellos una mentalidad empresarial que desarrolle paulatinamente todas las cualidades, valores y virtudes del ser humano. El Colegio Canadiense fue creado para ofrecer una formación integral, empresarial, multilingüe, abierta y mixta para todos los niños colombianos y del mundo que deseen formar parte de nuestro sistema educativo.

### 3.8.1 Misión

**Somos** una comunidad educativa que contribuye con la formación de personas íntegras, con mentalidad emprendedora, multilingües, con valores y principios católicos, éticos y patrióticos.

**Aspiramos** formar los futuros líderes de Colombia, emprendedores y empresarios, para que desde su quehacer, contribuyan con la construcción de un mundo más justo y con consciencia social.

**Contamos** con un equipo humano de alta calidad profesional y humana, en permanente formación, y un proyecto pedagógico construido a la luz de la Ley Colombiana y de los retos de la educación en el mundo.

### 3.8.2 Visión

En el año 2012 seremos reconocidos por nuestra alta calidad educativa, nuestras relaciones internacionales fructíferas y la sólida formación integral de nuestros estudiantes y egresados.

### 3.8.3 Objetivos institucionales

- Animar y motivar el desarrollo de cada alumno(a) en una libertad responsable, para que día a día supere limitaciones y descubra posibilidades.

- Valorar en la vida los éxitos y fracasos, mirándolos como eslabones que van llevando a la persona al triunfo final de su vida.
- Lograr el desarrollo profundo del criterio, de tal manera que se formen personas críticas, no manipulables por ninguna ideología.
- Elaborar a través del tiempo un proyecto de vida personal, alcanzar un sentido profundo de la existencia humana.
- Crecer en el respeto por la vida, por sí mismo(a), por la dignidad de los demás, por la naturaleza y por los recursos naturales que están a su servicio.
- Ayudar a los padres de familia a descubrir y valorar el sentido profundo de educar, siendo esta obligación irremplazable e indelegable. Que sientan que son los primeros responsables de la educación de sus hijos.
- Formar personas orgullosas de sus logros académicos, desarrollando potencialidades de asombro, curiosidad y creatividad.
- Generar en los alumnos una mentalidad empresarial, desarrollando paulatinamente todas las cualidades, valores y virtudes, tanto intrínsecas como extrínsecas que se requieren para lograrlo.
- Desarrollar y fortalecer la identidad personal como mujeres y hombres, asumiendo su sexualidad de manera responsable, avanzando en su autoestima y autocrítica.
- Desarrollar el sentido de pertenencia a la familia y al colegio, en términos de lealtad a sus principios y el compromiso autónomo en el cumplimiento de las normas de convivencia, la exigencia de los derechos y la participación en los procesos democráticos acordados, para consolidar una cultura de paz.

### 3.8.4 Principios y valores

Los principios institucionales que enmarcan la misión del colegio son los siguientes:

- La libertad personal y la responsabilidad
- El desarrollo de la intimidad
- Estímulo del desarrollo de los diferentes tipos de inteligencias
- Definir los objetivos de su proyecto de vida.
- La responsabilidad de la educación empieza en el Núcleo Familiar
- El desarrollo de un ser humano con mentalidad empresarial
- La educación multilingüe
- El desarrollo del espíritu investigativo
- El fortalecimiento del sentido de identidad nacional
- La exigencia es la base de la excelencia
- La vida basada en valores

### 3.8.5 Reseña histórica

**En agosto del 2004** se tuvo la oportunidad de viajar a Canadá a las ciudades de Montreal, Toronto, Ottawa y Halifax entre otras, donde se pudo establecer principios de convenios con la Universidad de Quebec y con algunos colegios que compartían la formación empresarial, los idiomas, valores y principios del Proyecto Educativo Institucional. A principios de noviembre de 2004 se inició la construcción de la primera etapa del colegio en las 26 cuadras adquiridas en el municipio de la Estrella; sitio que reúne las características deseadas para el Colegio: árboles, quebrada, cultivos, amplitud, cercanía, seguridad, diversidad, deportes, naturaleza exuberante... Se construyeron seis aulas para preescolar, se remodeló la casa existente y se hicieron instalaciones deportivas. El 24 de enero de 2005 se tuvo el primer día de clases iniciando labores con 153 niños y niñas de prekinder a 5º, terminándose el 2005 con un total de 187 estudiantes.

**En noviembre de 2005** se inicia la segunda etapa del colegio con una construcción de 18 aulas, biblioteca, oficinas, restaurante, planta de procesos, coliseo, granja, pavimentación de vías internas y externas, y adecuación de terrenos para la futura etapa.

**Se inició el año 2006** con 420 alumnos y se finaliza el año lectivo con un total de 484 alumnos de Prejardín a Sexto grado, se afianza el multilingüismo en el colegio, a través de la estructuración de diferentes áreas que se sumaron al trabajo de la segunda lengua, se trabaja en la reestructuración de plan de estudios

de cada uno de los grados, revisión que se realiza por parte de los líderes de las áreas.

**En el año 2007** se aumentó el número de alumnos a 677, entre los grados Prejardín a Séptimo. En este año se llevaron a cabo obras como: la Capilla “Nuestra Señora de Guadalupe”, el nuevo parque infantil para primaria, batería de baños aledaños al coliseo y al restaurante, el mariposario, la ampliación de la carpintería y los laboratorios de biología y electrónica (robótica). También se conformó, a mediados del 2007, el aula de apoyo con la dirección de una Pedagoga y Licenciada en Dificultades del Aprendizaje. Este año se crea la Dirección Pedagógica, como apoyo a la Vicerrectoría Académica y como medio para la implementación total del enfoque de la Enseñanza para la Comprensión en el colegio. A mediados del segundo semestre del 2007, se inició en el proceso de certificación para la ISO 9001 versión 2000, con el objetivo fundamental de generar una cultura de mejoramiento continuo y retroalimentación de nuestros procesos, además de la optimización del servicio educativo que nos lleve a alcanzar altos estándares de calidad que requiere la educación en Colombia.

**Para el año 2008** se aumenta el número de alumnos a 840, lo que muestra la confianza y aprobación de los padres de familia a la propuesta del colegio, en sus cinco ejes educativos. Se realiza el primer intercambio de alumnos del grado octavo a Canadá y se da comienzo al trabajo del CIR (Centro de Relaciones Internacionales), para establecer convenios y trabajo con provincias de Canadá, realizar intercambios de alumnos y docentes. Se crea el COAP o Centro de Orientación y Ayuda Psicológica, para el trabajo de los programas de educación sexual, los programas de orientación profesional y vocacional, la consejería para alumnos y la ayuda a las direcciones de grupo y las familias del colegio. Se realiza la reestructuración de la parte metodológica del Preescolar, para acoger un enfoque acorde con la Enseñanza para la Comprensión, metodología con el cual se trabaja de los grados primero a octavo. El enfoque elegido es “Teaching Strategies” o “Currículo Creativo”, el cual cuenta con una orientación constructivista y el trabajo bajo el método de proyectos colaborativos de aula.

En marzo del mismo año se realiza el primer “Encuentro de Jóvenes Empresarios E.J.E”, donde se exponen los trabajos y diferentes proyectos de los alumnos y alumnas, desde el área de Empresarismo; en esta feria participan empresas e instituciones que tienen afinidad con el trabajo del emprendimiento y el Empresarismo, en las primeras edades de formación. A la par con la feria se lleva a cabo el primer seminario nacional de “Enseñanza Para la Comprensión: Experiencias Significativas en el Aula de Clase”, enfoque pedagógico que soporta el trabajo metodológico de los docentes del colegio. Dicho seminario contó con la presencia de 15 instituciones privadas y públicas, la presentación de experiencias significativas con el enfoque, donde participaron instituciones de Medellín y del Municipio del Peñol.

***Se finaliza el año con grandes logros en el área académica a través de la implementación de programas que ayudan a su consolidación:***

- En el área de las matemáticas se realizó el montaje de un programa de dos horas académicas, para el trabajo y el afianzamiento del pensamiento espacial y matemático.
- En el área de ciencias sociales se trabajó con gran fuerza el proyecto de Participación y Democracia, a través de la elección del personero y representantes de grupo.
- En el área de lengua castellana se logra graduar 12 docentes del diplomado de Lectores Competentes, programa liderado por la Fundación Merani de Bogotá, y se implementó el programa “Lectores Competentes” en todo el colegio (grados transición a octavo), como estrategia para fortalecer las habilidades y competencias de la Lengua Castellana.
- Desde el área de ciencias naturales se continúa con el programa de reciclaje de la institución y se articula al área de empresarismo, por medio de proyectos conjuntos, que estimulan en los alumnos el buscar soluciones a problemas ambientales desde la empresa, ahí nacen dos empresas de alumnos: **Territorio Verde y Amigos del Medio Ambiente.**
- Los diferentes semilleros y programas extracurriculares permitieron la participación del colegio en eventos deportivos y recreativos en otras instituciones,
- El área de educación artística fomenta el gusto por la música y el teatro, y se consolida en la creación de una muestra artística de final de año, con la obra de Tomás Carrasquilla, “A la Diestra de Dios Padre”, con participación de alumnos de todos los grados del colegio.
- Se finaliza el año estableciendo contacto con la provincia de British Columbia, quienes recibirán los alumnos de intercambio a partir del año 2009, además del intercambio de docentes entre los dos países.

**En el año 2009** se da comienzo con 963 alumnos, de los grados Prejardín a Noveno. Para este año se consolida el Aula de Recursos Pedagógicos con el apoyo de las tres psicólogas de los niveles, el trabajo de una fonoaudióloga y las tres coordinaciones académicas. Además del trabajo para la detección de alumnos con dificultades en sus procesos de aprendizaje, el aula trabaja de la mano con salud ocupacional en los programas de salud auditiva y visual.

A la par con la consolidación del área académica, para el Colegio Canadiense la formación integral de sus alumnos es parte vital de nuestra misión educativa, somos conscientes que debemos formar no solo en el hacer, sino en el SER; es por esto que se crea el programa para padres de familia “Growing Together”, como medio para el trabajo de aspectos formativos y educativos de nuestros

alumnos y sus familias. Además del trabajo con padres de familia, se programaron convivencias con los alumnos de tercero a noveno grados, para el trabajo de temas como: proyecto de vida y crecimiento personal. En mayo se establece la semana “Queriéndonos a la Bien”, como parte del desarrollo del programa de educación sexual y de valores, donde nos acompañaron entidades reconocidas en la ciudad por su trabajo con grupos de adolescentes, como son: Protege tu Corazón, Surgir y CIVIS.

En junio de ese año se realiza el “Segundo Encuentro de Jóvenes Empresarios E.J.E” en el Palacio de Exposiciones, con la participación de 53 ideas de negocio, de los alumnos de preescolar a noveno grado, esta feria se convierte en una excelente posibilidad para poner en “escena” la propuesta educativa del colegio en el Empresarismo. A esta iniciativa se sumaron diversas instituciones y empresas, que nos acompañaron en las actividades académicas y culturales que se plantearon para el evento.

Para el segundo semestre se realiza la revisión del PEI y de los planes de estudio por parte de los líderes de las áreas y de la Dirección Pedagógica, como medio para la adecuación de la media académica del colegio. A finales de agosto se realiza el segundo intercambio de estudiantes a Canadá, un total de 33 alumnos, de los grados octavo y noveno, se desplazaron en compañía de representantes del colegio, hacia las provincias de Vancouver y Ottawa. Se pretende además establecer convenios con las provincias antes mencionadas para el intercambio educativo y cultural de nuestros alumnos y docentes.

Hasta ahora y tal como se evidencia en la breve historia que se narra acerca del Colegio Canadiense, el crecimiento en recursos físicos (planta, materiales, locaciones), en alumnos, en el ingreso de nuevas familias ha sido constante, pero a la par se han establecido objetivos y metas claras de fortalecimiento en el plano académico y pedagógico. Para los profesionales que somos parte de esta construcción, directivos, personal administrativo y docente, ha sido un gran reto la creación de una institución comprometida y consciente de la misión que tenemos entre nuestras manos, la formación de nuevas generaciones, ciudadanos responsables, con mentalidad emprendedora y abierta, con valores sólidos y sobre todo dispuestos a servir y aportar soluciones a este país que tanto necesita de ellos y de ellas.

### 3.8.6 Diagnóstico

El colegio Canadiense lleva seis años de funcionamiento con estudiantes de prekindergarten a décimo grado de bachillerato. Ha tenido una gran acogida entre la comunidad educativa por sus tres pilares fundamentales: el empresarismo, el

enfoque multilingüe y el programa de inmersión a Canadá. Son tantas las metas que la institución quiere alcanzar que, a veces, los procesos de comunicación, papelería, informe a padres de familia, información entre los departamentos y empleados hagan que no se realicen de manera efectiva.

Por el momento, esto no es tan notorio entre el público externo; pero si no se mejoran las debilidades, esto puede llevar a la insatisfacción de los empleados y los clientes llevando así a la deserción de los estudiantes.

Es necesario que haya un mayor control por parte de los altos mandos en cuanto a las debilidades que se observan en cada una de las dependencias para que de esta manera se busquen soluciones más efectivas.

Aún cuando existan debilidades en la institución, por la cobertura que ha tenido en la población y el rápido progreso de ésta en tan poco tiempo. Hay grandes fortalezas que hacen que los padres de familia se sientan atraídos con el enfoque dado. La parte de emprendimiento focalizado en las asignaturas de empresarismo, en el taller de maderas, los procesos de sembrado y recolección de frutas, hortalizas y vegetales en la Granja Institucional, la cría de pollos y cerdos, el ahorro mensual que hacen los niños en el banco DAVIVIENDA, el proyecto Rincón del Empresario en donde los estudiantes tienen la posibilidad de proyectarse como vendedores de productos y servicios, al igual que la Feria EJE (Encuentro de Jóvenes Emprendedores) en el cual el Colegio Canadiense expande el liderazgo y emprendimiento de sus estudiantes al exterior de la comunidad, mediante proyectos creativos e innovadores dirigidos en beneficio de la comunidad educativa. Todo esto genera una convicción empresarial desde pequeños. Igualmente, la posibilidad de viajar al exterior para mejorar el idioma inglés y francés, hace que se vaya involucrando en un mundo globalizante.

El director general ha logrado que el Colegio tenga convenios importantes que ayuden al crecimiento de los estudiantes y el profesorado en general. Existiendo buenas capacitaciones en las dificultades que aquejan a los jóvenes de hoy.

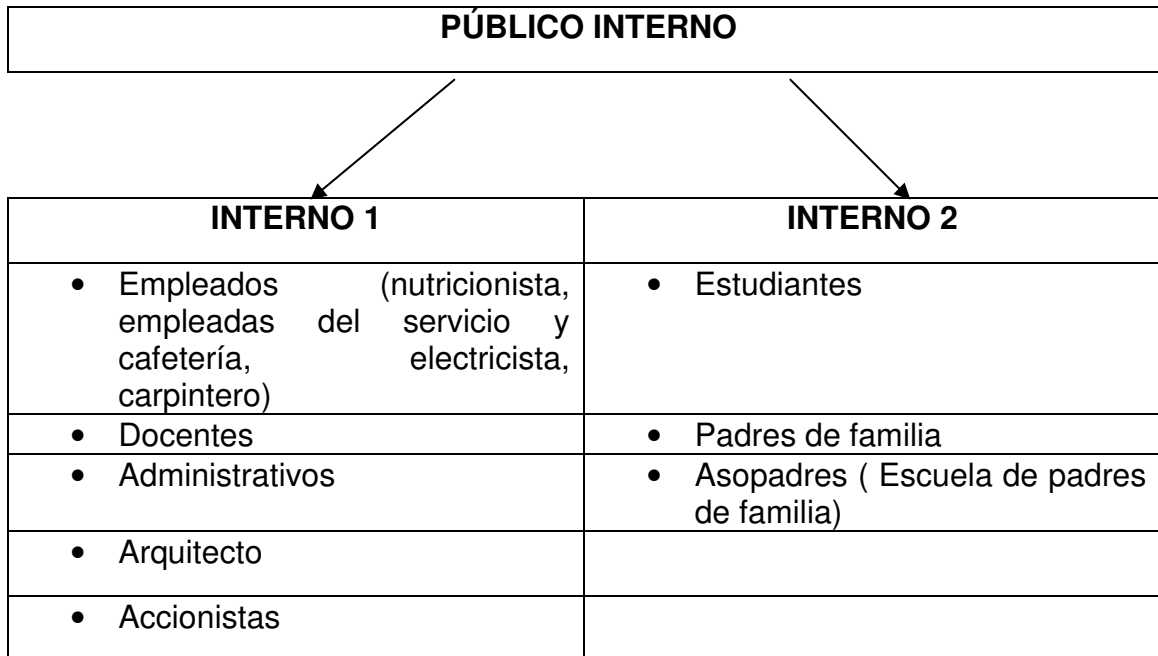
### 3.8.7 Servicios del Colegio Canadiense

Esta Institución educativa ofrece a la comunidad canadiense los siguientes servicios:

- Educación preescolar (pre-kinder, kinder y preparatorio) primaria, básica secundaria (por el momento sólo hay hasta el grado décimo; pero paulatinamente se va aumentando de año).
- Departamento de psicología (COAP).

- Escuela de padres.
- Proyecto pedagógico empresarial y de autonomía económica.
- Programa multilingüe: español, inglés, francés y mandarín.
- Alianzas con entidades educativas nacionales y canadienses.
- Enseñanza para la comprensión (se basa, igualmente, en la aplicación de las inteligencias múltiples).
- Talleres de aplicación (clases específicas para que los niños y jóvenes apliquen: trabajos en madera y desarrollo de cultivos).
- Clases extracurriculares (gimnasia básica, fútbol, manualidades, teatro, carpintería, chalanería y cursos de inglés y francés,).
- Servicio de transporte (para los estudiantes).
- Servicio de restaurante escolar.

### 3.8.8 Descripción de los públicos



<b>PÚBLICO EXTERNO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La competencia como: La Enseñanza, Jesús María, Colombos School, Colegio San Ignacio; Colombo Británico; entre otras instituciones.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alianza con la provincia de BC</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• El Gobierno Nacional</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empresas del sector comercial</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunidad en general</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Medios de comunicación</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proveedores</li> </ul>

### 3.8.9 Ubicación-número de empleados-clientes

El Colegio Canadiense está ubicado en el municipio de la Estrella. En un estrato socioeconómico 4-5-6, rodeado por fincas aledañas a la Institución, el colegio Fe y Alegría y varias empresas dedicadas a la comercialización de la madera y la pintura.

Esta Institución educativa tiene 140 mts 2, en las cuales hay dos sedes, una de preescolar y otra para primaria y bachillerato. Está situado en la carrera 51 N° 97 Sur- 137 en el sector de Sierra Morena.

En el Colegio se encuentran laborando aproximadamente 200 empleados entre docentes y auxiliares, administrativos y personal de aseo. Actualmente hay 1041 estudiantes entre los 3 años y medio y los 17 años.

Los clientes potenciales de esta Institución educativa son los estudiantes y padres de familia que están bastante involucrados en el proceso de enseñanza-aprendizaje de sus hijos a través de las diferentes capacitaciones que ofrece la Institución, la asistencia a las reuniones y la Escuela de Padres.

El Colegio ha ido adquiriendo prestigio no sólo en los municipios de la Estrella y Caldas, sino en el área metropolitana. Se hace gran publicidad en los preescolares para que el cliente se vincule a la Institución. Pues se es consciente de la necesidad de mercadeo por la gran competencia que hay en la ciudad ; así que se informa por medio de la prensa escrita, circulares a los padres de familia y la proyección a través de las actividades extracurriculares que ofrece el Colegio.

La apertura de las inscripciones para los diferentes grados se hace a través de una entrevista con las psicólogas del colegio y un análisis exhaustivo de cada una de las familias que pretenden vincularse a la institución.

La manera en que se financia el colegio es a través de la matrícula, acciones y pensiones de los estudiantes. La forma como se administran los ingresos del colegio hace que éste tenga un soporte sólido en el manejo de dineros.

**Los costos educativos se rigen según los siguientes términos:**

- La pensión anual se cobra en 11 cuotas o valores iguales, a razón de 1 matrícula, considerada como suma pagada por anticipado; y 1 en cada uno de los 10 meses escolares de febrero a noviembre.
- Los estudiantes que ingresan por primera vez a la institución deben pagar un aporte voluntario en acciones.
- Los formatos para los pagos de la pensión mensual, que para sus efectos se asimilan a una letra de cambio, se deben pagar en Bancolombia en los primeros días de cada mes.

3.8 10 Actividades del Colegio Canadiense

<p><b>ACTIVIDADES ACADÉMICAS DE LOS ESTUDIANTES</b></p>	<p><b>ACTIVIDADES DE LOS EMPLEADOS (DOCENTES-PERSONAL ADMINISTRATIVO Y DE SERVICIOS GENERALES)</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Obra de teatro</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Día del profesor</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grados de preparatorio y quinto grado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Día de la familia canadiense</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jóvenes científicos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Salidas pedagógicas de los estudiantes ( 1 empresariales y 1 de acuerdo a los temas principales de cada grado)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Día del niño</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Integración de fin de año para los empleados.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Día de Halloween</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Celebración de cumpleaños</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2 salidas pedagógicas al año ( 1 empresariales y 1 según las áreas o el tema a trabajar )</li> </ul>	

### 3.8.11 Descripción de la parte física

El Colegio Canadiense es una institución campestre ubicada en el Municipio de la Estrella que cuenta con los siguientes espacios:

**Zonas de esparcimiento, recreación y cultura:** espacios que ayudan a la Enseñanza y Calidad de la educación a través de la lúdica y el cuidado del medio ambiente. El Colegio cuenta con:

- Piscina
- Senderos ecológicos
- Granja
- Coliseo
- Cancha de futbol
- Galpón
- Corral
- Dos parques infantiles

**Aulas:** espacios confortables que favorecen el proceso de enseñanza aprendizaje en ambientes cómodos, iluminados y provistos de las herramientas didácticas necesarias como:

- Salones de preescolar, primaria y bachillerato
- 3 salas de sistemas
- Salón de música
- Salón de teatro
- Aula de recursos pedagógicos
- Laboratorios

**Espacios de apoyo al proceso educativo:** dan soporte y facilitan el desarrollo de todas las actividades educativas y al mismo tiempo que contribuyen a la formación integral de los educandos.

- Biblioteca
- Capilla
- Restaurante
- Enfermería
- Centro de Relaciones Internacionales
- Almacén y centro de copiado
- Oficinas: directivas, personal administrativo y de psicología
- Baños

### 3.8.12 Descripción del problema

La manera como se transmite la información en el colegio canadiense a través de circulares, agenda, revista, carteleras, coordinadoras y el rector carece de la claridad, precisión y efectividad; ya que los canales de comunicación que posee el colegio no están siendo utilizados de la manera más apropiada debido a cambios constantes en las directrices de trabajo y a la verdadera información y conocimiento de todo lo que sucede en la institución por parte de los altos mandos. Lo anterior hace que todos transmitan información diferente y los

empleados muchas veces recurran al correo de voz que hace que se distorsione el mensaje aún más.

### 3.8.13 Matriz DOFA

#### DEBILIDADES

- En el manual institucional (PEI) aparece que hay comunicación interna denominada relaciones públicas; pero ellos desconocen las funciones reales de un relacionista y como el colegio fue fundado por toda una familia esto hace que muchas de las funciones se hagan por personas que, según ellos, son muy dados a entablar muy buenas relaciones con los diferentes públicos, pero que la comunicación que se transmite no se la eficaz ni para los padres de familia ni los empleados.
- Cambio constante de la comunicación.
- Manejo de carteleras institucionales: no se les está dando el uso adecuado, pues la información que se coloca en ellas no es de interés general para la comunidad educativa.
- El plan de comunicaciones está desactualizado, contiene datos que ya no son vigentes con el proceso evolutivo del colegio.
- Falta capacitaciones sobre el manejo de la herramienta para subir información en la plataforma web del colegio, pues la publicación de artículos en ocasiones no es puntual y retrasa el proceso de comunicación.
- El brochure de servicios del Colegio esta desactualizado.
- No existe una dependencia encargada de celebrar los cumpleaños de los empleados en general, estudiantes padres de familia y proveedores.

#### OPORTUNIDADES

- Buen estímulo por parte de los administrativos hacia los docentes.
- Los programas de inmersión a Canadá cuando el estudiante realice su grado octavo.
- La facilidad que permite el colegio para que los estudiantes ahorren desde preescolar en un banco (día del ahorro Canadiense).
- Los cursos de empresarismo para los estudiantes y profesores.
- El buen trato y buenas relaciones que tienen los altos mandos con los docentes.

- El patrocinio de empresas de padres de familia del colegio, que estén interesados en publicar y pautar información de interés en la revista institucional.
- La internacionalización abre puertas para la comunicación externa del colegio canadiense.
- La inmersión a Canadá, abre nuevos espacios para participar nuevas experiencias y vivencias de los estudiantes y docentes en los medios de comunicación internos y externos.

#### FORTALEZAS

- La calidad, el profesionalismo y el compromiso de cada uno de los empleados optimiza resultados satisfactorios en la empresa.
- Muy buena participación y colaboración de los estudiantes, profesores y padres de familia en las capacitaciones que orienta el director general.
- Variedad de medios de comunicación tanto escritos como digitales, lo que permite interactividad, actualidad y profundidad de todos los procesos que se desarrollan dentro del colegio.
- El boletín WGO? Es un medio de comunicación que permite que los padres de familia del Colegio se involucren en las actividades y procesos de la institución.
- La revista institucional fortalece el sentido de pertenencia de la comunidad educativa permitiendo que este instrumento cumpla el objetivo para el cual fue creado: brindar información de actualidad, fomentar la cultura de la lectura, vincular a todos con el proceso de creación de la misma.
- Correo electrónico interno que beneficia y agiliza el envío y recepción de información al interior de la institución.
- Proyección Social, empresarial y de medios con Feria EJE.

#### AMENAZAS

- El colegio por su ubicación hace que sea propenso a riesgos: queda demasiado lejos y a veces hay manifestaciones o dificultades en la vía y los estudiantes llegan demasiado tarde.
- Que no haya credibilidad entre los padres de familia por los resultados académicos de los estudiantes que se pueden presentar con los logros que se obtengan en el grado once.

- La falta de información producida para los medios de comunicación de la institución.
- La falta de comunicación y difusión externa, es decir medios de comunicación masivos que transmitan información del Canadiense.
- Se maneja mucho el rumor, por lo que puede verse afectada la comunicación interna y externa ocasionando que esta no sea efectiva y veraz.

### 3.8.14 Plan estratégico

#### Objetivo General

Desarrollar en un periodo de un año, las bases de una comunicación directa estratégica en cada una de las áreas del colegio, comprendidas en parte administrativa, docentes, coordinaciones, servicios generales, estudiantes, padres de familia, proveedores etcétera, permitiendo obtener una interacción más dinámica con estos y a su vez crear en el mediano plazo una nueva alternativa de medios de comunicación para transmitir de forma diversa información a los diferentes públicos.

#### Objetivos específicos

- Desarrollar canales y espacios que establezcan comunicación integral al interior de la comunidad, tales como manejo de información segmentada de cartelera, comunicados y circulares que vayan orientadas al desarrollo de una comunicación ascendente, descendente, horizontal, transversal y en red que permitan la integración, eficacia y asertividad de los procesos institucionales.
- Fomentar la construcción de un entorno digital de comunicaciones humanizado y coherente con la cultura del Colegio Canadiense.
- Establecer acciones que conlleven a fortalecer la comunicación verbal y no verbal en cada una de las áreas del colegio desde la cordialidad, el respeto, y la educación a través del desarrollo de relaciones directas con los públicos individualmente.
- Fortalecer la identidad corporativa del colegio mediante estrategias de mercadeo directas.
- Constituir y construir otros medios digitales de comunicación para difundir información del colegio y poder atravesar fronteras y llegar donde aún no se ha llegado.

### 3.8.15 Estrategias teniendo en cuenta el diagnóstico encontrado

- Realizar una evaluación minuciosa de los contenidos de las carteleras para verificar que la información que se exponga sea de interés para toda la comunidad, pero también la idea es colocar la información segmentada según las áreas del colegio. Por ejemplo: en el bloque de preescolar va información que interese a esa área y temas relacionados y otra que sea general para todo el mundo, y así con cada una de las carteleras.

En cuanto a la decoración la idea es que tengan uniformidad, para no ir a “empayasar” las carteleras. Todo va a blanco y negro manejando un marco de hoja igual para todos, teniendo en cuenta el tipo de información.

- **Actualizar el plan de comunicaciones:** teniendo en cuenta datos importantes que han sucedido con el pasar del tiempo en la institución.

La estrategia es realizar una investigación minuciosa de lo que se ha logrado hasta el momento con el plan de comunicaciones original, confrontándolo con las fuentes encargadas. Posteriormente se hace un análisis comparativo entre lo que se ha hecho y lo que se quiere conseguir a corto, mediano y largo plazo, para de esta forma contextualizar la información y replantear la visión y los objetivos inicialmente trazados. De igual manera toda esa investigación y análisis ayudará a incluir nuevos procesos y herramientas comunicacionales que retroalimenten y beneficien a nuestro plan de comunicaciones y así poderlo llevar a cabo.

- **Darle actualización al brochure de servicios del colegio:** La idea es reunir la información acerca de cuáles son todos los servicios que ofrece el colegio desde lo académico hasta alimentación y transporte escolar, de esta manera se puede dar a conocer tantos beneficios que tiene la institución para ofrecer, comparado con otras entidades educativas que no las tienen, es mostrar la diferencia. Se puede hacer una renovación del brochure actual que sea más llamativo y que cause un impacto más eficaz; poder llevarlo a otras empresas y promocionarlo con el fin de que no solo los trabajadores inscriban a sus hijos sino también que se animen a participar y patrocinar las actividades empresariales que tiene el colegio.
- **Celebración de cumpleaños:** Desde comunicaciones realizar y actualizar la base de datos que incluya parte administrativa de todo el colegio, docentes, coordinadores, estudiantes, padres de familia y

proveedores, con su fecha de cumpleaños y correo electrónico. Por ejemplo: si es un administrativo, docente o coordinadores el que cumple años se le decorará el puesto de trabajo con globos, serpentinas y se le obsequia una tarjeta de cumpleaños para que sea personalizado y al final se puede realizar una comida general con los que cumplen ese mes. Ahora que si es un padre de familia o proveedor se les envía físicamente una tarjeta de cumpleaños de parte del colegio Canadiense con un pequeño presente que puede ser una chocolatina. De esta manera se crea una comunicación más directa y se estrechan los lazos tanto a nivel interno como externo.

- **Imagen corporativa:** Utilizar como medio alternativo de comunicación externa los suvenires corporativos, dirigidos a los patrocinadores de la feria EJE y padres de familia con empresas constituidas, con el objetivo de estrechar los lazos de comunicación necesarios para aumentar el número de personas o empresas interesadas en formar parte de esta comunidad.

La meta es poder lograr que el colegio esté presente en todos los eventos académicos y empresariales que se organice, inicialmente en la ciudad de Medellín y que se muestre el colegio como un líder de ideas emprendedoras que van en beneficio de todo Colombia, por ser los formadores de los futuros líderes del país.

- **Correos electrónicos y Web:** es fundamental que en el colegio se cree una cultura de los medios digitales con el fin de que todos los comunicados, circulares, memorandos, boletines sean enviados a través del correo electrónico o vistos en la página Web del colegio.

De esta manera se optimizan recursos y se agiliza el proceso de envío de información. En lo posible hay que estar enviando recordatorios digitales, donde se invite a los padres de familia y estudiantes a ver constantemente la página Web, pues todo el tiempo se está actualizando con noticias de su interés.

- **Página Web:** la estrategia trazada es tener todos los conocimientos sobre el montaje de información en la Plataforma del colegio y que se maneje una contraseña con el objetivo de que solo desde comunicaciones se manipule la información que se publica, para evitar malos entendidos y conservar confidencialidad. Cualquier corrección que se sugiera externamente a comunicaciones, las hará este departamento y así se garantiza la veracidad de los contenidos de la página.
- **Laboratorio de radio y televisión:** realizar un análisis sobre los costos que implica tener estos medios de comunicación en el colegio.

Conseguir los instrumentos adecuados para llevar a cabo esta labor por medio de una propuesta completa que contenga los costos. La idea es que este proyecto sea dirigido por el área de comunicaciones, pero ejecutado por los mismos estudiantes que les guste y apasione el cuento de la televisión y la radio.

En cuanto a la selección de los estudiantes para participar en el proyecto, se puede realizar un grupo de interés en comunicaciones, en donde los estudiantes tengan la oportunidad de aprender e involucrarse en todo el proceso de creación de la cabina de radio y el estudio de televisión. Más adelante se realizaría entre este mismo grupo un casting para ser los presentadores del programa de radio como para el de televisión.

- **Feria EJE:** este es un espacio donde se puede proyectar el colegio en todas sus formas de expresión. Se puede aprovechar el espacio para realizar visitas a los medios de comunicación para apoyar y fomentar la Feria, traer expositores para que participen y nos compartan sus conocimientos de empresarismo.
- **Apoyar en celebraciones de cumpleaños de los trabajadores del Canadiense:** el objetivo es apoyar al área de Bienestar con las celebraciones, mi deber es decorar el lugar de trabajo de todos los empleados del colegio en su fecha de cumpleaños con bombas, serpentinas, carteles alusivos al cumpleaños y un chocolate con una tarjeta de buenos deseos.
- **Clases electivas:** la idea con estas clases es realizar el periódico institucional, pero la meta es que los mismos estudiantes sean los creadores de los contenidos y el diseño del magazín. Por lo tanto se solicitará espacios para dictar las charlas y proceder a elaborar el periódico Canadiense.

Se podrían realizar después de las clases o abrir algunos espacios donde los mismos docentes del área de Lengua Castellana apoyen el proceso y podamos hacer un trabajo conjunto.

- **Realizar material publicitario para Feria EJE:** con el fin de entregarlos en las universidades, colegios y demás empresas interesadas en el tema. Además de apoyar a los comités encargados y ser fuente de comunicación entre todos.

Debo ser la líder del comité de publicidad y medios con el fuerte apoyo y acompañamiento de Luz Eliana Arias Directora de Bienestar.

- **Realizar un grupo en las redes sociales facebook y twiter:** el objetivo es dar a conocer al Colegio Canadiense en todas partes del mundo, que los estudiante y personal administrativo en general tengan sentido de pertenencia por la institución y todos podamos realizar contactos con personas en todo el planeta, apoyando de este modo a la internacionalización del colegio y la proyección social.
- **Realizar un periódico escolar:** este tendría como objetivo diseñar y ejecutar la propuesta de creación de un periódico escolar impreso inmaterial reciclable.
- Compartir conocimientos desde comunicaciones e innatos en mi, para enseñarles a mis compañeras de Bienestar.

### 3.8.16 Plan de acción

#### Objetivo general

Fortalecer los procesos de comunicación entre la comunidad educativa mediante el fortalecimiento de la información a través de los medios de comunicación que existen en la institución.

#### Objetivos específicos

- Generar medios efectivos de comunicación (capacitaciones, formato informativo en la base de datos, aplicación de nuevas estrategias de comunicación y retroalimentación de los procesos comunicativos) que propicien una información adecuada y precisa de lo que se quiere transmitir a los empleados.
- Informar, periódicamente, a las directivas sobre el desarrollo y la evaluación de las actividades comunicativas y establecer, así, una retroalimentación efectiva sobre los procesos comunicativos.
- Lograr que hayan mejores modos de comunicación entre los empleados (empleado-empleado y coordinador-empleado) de la empresa a través de actividades que propicien una sana convivencia, una mejor relación entre las personas y una transmisión efectiva de la información.
- Apoyar la revista del colegio, agenda escolar, la página Web y el seminario de enseñanza para la comprensión.

## RECURSOS

- **FÍSICOS:** oficina, coliseo, salón de audiovisuales, AB readers (biblioteca), teatro del colegio la presentación de Envigado.
- **TÉCNICOS:** video beam, grabadora, video grabadora, cámara fotográfica, retroproyector, proyector de opacos, fax, computador portátil, teléfono, impresora.
- **MATERIALES:** acetato, carpetas, resma de block, láminas, papel propacolte, películas, cassette, almuerzos, refrigerios.
- **ELECTRÓNICOS:** e-mail, internet, página Web.
- **TIEMPO:** 8 meses de ejecución.
- **ALCANCE:** Todas estas actividades estratégicas se pueden lograr a mediano y largo plazo, su alcance es de carácter interno y externo, todas son posibles y se dirigen desde Bienestar Institucional y Comunicaciones con el apoyo de todos los que conformamos la familia canadiense.

### 3.8.17 SEGUIMIENTO Y CONTROL

Se realizará cada 2 meses, los días viernes de la última semana donde se reunirán la vicerrectora, Gloria Elena Restrepo Toro y La Directora de Bienestar Institucional, Eliana Arias Giraldo para observar y analizar, verdaderamente, las estrategias aplicadas para mejorar la comunicación. También se podrán detectar otras dificultades que vayan surgiendo y de esta manera ir retroalimentando el plan de comunicaciones del Colegio Canadiense.

### 3.9 CÓMO DISEÑAR UN PROYECTO DE PERIÓDICO ESCOLAR

*"Un proyecto es la ordenación de un conjunto de actividades que, combinando recursos humanos, materiales, financieros y técnicos, se realizan con el propósito de conseguir un determinado objetivo o resultado. Estas actividades se articulan, se interrelacionan y coordinan entre sí" (Ander-Egg, Aguilar Ibáñez, 1995: 14)*

Siguiendo a los autores citados, todo proyecto debe dar respuesta a estas nueve preguntas básicas las cuales se tuvo en cuenta para la elaboración del proyecto Periódico Escolar Canadiense:

¿ <b>QUÉ</b> se quiere hacer?	Naturaleza del proyecto, contenidos
¿ <b>POR QUÉ</b> se quiere hacer?	Origen, fundamentación, marco de referencia
¿ <b>PARA QUÉ</b> se quiere hacer?	Objetivos, propósitos
¿ <b>CUÁNTO</b> se quiere hacer?	Localización física (ubicación en el espacio) Cobertura espacial
¿ <b>CÓMO</b> se va a hacer?	Actividades y tareas Metodología
¿ <b>CUÁNDO</b> se va a hacer?	Cronograma: distribución del tiempo
¿ <b>A QUIÉNES</b> va dirigido?	Destinatarios
¿ <b>QUIÉNES</b> lo van a hacer?	Recursos humanos
¿ <b>CON QUÉ</b> se va a hacer? ¿ <b>CON QUÉ</b> se va a costear?	Recursos materiales Recursos financieros <sup>15</sup>

<sup>15</sup> AGUILAR IBÁÑEZ, Ezequiel, Cómo elaborar un proyecto: Guía para diseñar proyectos sociales y culturales. Buenos Aires: Lumen, 1995

### 3.10 PROPÓSITO, FORMATO Y ORGANIZACIÓN DEL PERIÓDICO

Retomando apuntes de la página web de la fundación Gabriel Piedrahita Uribe; Tecnologías de Información y Comunicaciones para la Enseñanza Básica y Media y adaptándolo a las necesidades de la Fundación Colombo Canadiense, se plantea cuales serían los propósitos, el formato, y la organización del Periódico Escolar.

#### 3.10.1 Propósito para la elaboración del Periódico

El Colegio Canadiense tiene como propósito principal, llegar a todos sus públicos de manera eficaz y garantizar que la institución tenga otro medio de comunicación que les permita involucrar la creatividad e innovación de sus estudiantes pudiendo aplicarlos en el diseño y diagramación del periódico.

Para la institución educativa es muy importantes que el periódico escolar tenga bien definida la estructura con su debida organización lógica desde los temas hasta la misma publicación, con el único objetivo planteado de llegar de manera concreta a todos los públicos de la organización, logrando una comunicación totalmente efectiva.

“En el mercado existen publicaciones dedicadas a un solo tema (tecnología, farándula, moda, política, administración y negocios, economía, etc) y publicaciones variadas que contienen diversas secciones (política, nación, tecnología, gente, etc). En el primer caso, el propósito es cubrir en profundidad la temática escogida para una audiencia especializada. En el segundo, la audiencia es amplia y el propósito puede ser noticioso, de análisis, etc. Para definir el propósito es necesario preguntarse: ¿qué voy a comunicar?; ¿a quién me voy a dirigir? y ¿con que periodicidad lo voy a hacer? En el caso de un periódico escolar, si se piensa publicar cada tres meses, resultará muy difícil incluir verdaderas noticias (primicias), deberá entonces orientarse al análisis de las noticias sucedidas en ese período de tiempo o a hacer un recuento de ellas”.<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup> EDUTEKA. Propósito para la elaboración de un periódico. Fundación Gabriel Piedrahita Uribe. Tecnologías de Información y Comunicaciones para la enseñanza Básica y Media. [En línea]. [www.eduteka.com.co](http://www.eduteka.com.co) [citado el 18 de agosto de 2010]

### 3.10.2 Formato para la elaboración del periódico

Aunque el Colegio no ha definido cual sería el diseño y la diagramación del proyecto, se tiene claro que se realizará en formato impreso, teniendo en cuenta lo que esto significa en cuanto a los costos de la imprenta y los ajustes en la edición: tamaño, número de páginas, tipo de papel, número de tintas, (colores) y cantidad de ejemplares (tiraje).

### 3.10.3 Organización del personal Canadiense

Se deben seleccionar los estudiantes que más se resalten por sus capacidades, actitudes y las ganas que demuestren para ocupar cada uno de los cargos que existen en la elaboración del periódico escolar Canadiense y así sacar cada publicación con gran éxito. Es muy importante educar a cada uno de los escogidos en las labores y compromisos específicos que tendrán que desempeñar al interior del periódico escolar.

Se abrirá un espacio de extracurriculares o materia de elección opcional, donde los estudiantes tendrán la posibilidad de elegir pertenecer al grupo de trabajo del periódico escolar, y de esta manera poder utilizar esos espacios académicos para cumplir con los objetivos trazados al inicio de esta investigación. Es misión de la Dirección Académica determinar las áreas que deben estar involucradas en el proyecto, cuáles serán las horas que se determinaran semanalmente para las actividades planeadas por el periódico y cuáles de ellas serán extracurriculares.

Es bastante importante que se elija muy bien cuales van a ser los cargos que se van a dividir entre estudiantes, docentes y administrativos del Colegio.

Como el Editor, los Reporteros, los Fotógrafos, el Diagramador y el Diseñador Publicitario.

**El Editor:** en el Canadiense será el encargado de citar y coordinar al consejo de redacción en el cual estarán los estudiantes y docentes que apoyan en el proceso del periódico escolar. “El Editor cuida que los materiales que se publican no vayan en contra del propósito comunicativo del periódico, ni de su formato o periodicidad. Se encarga de decidir, en buena medida, qué se publica, qué imágenes son apropiadas y cuándo se publica algo. Su objetivo es presentar un periódico en

perfectas condiciones y sin errores de ningún tipo. Además, coordina todos los procesos necesarios para que los temas se elaboren de manera puntual e impecable”<sup>17</sup>.

**Los Reporteros:** serán los mismos estudiantes del colegio, los cuales actualmente cursan 10° grado serán los encargados de proponer temas, investigarlos y redactar los textos que se van a publicar sobre estos.

**Fotógrafos o Reporteros Gráficos:** estará conformado por un pequeño equipo de fotógrafos que acompañarán a los reporteros para realizar los registros fotográficos de cualquier evento interno o externo que se presente y que tenga el carácter noticioso o de cualquier género periodístico para servir de acompañamiento en cada uno de los textos.

Es importante tener en cuenta que los estudiantes que van a desempeñarse en este cargo, deben tener conocimientos básicos de la cámara digital o de video, además de conocer y aplicar las herramientas de edición de imágenes. En caso tal de no tener dichos conocimientos estos deben ser entrenados por personal capacitado para el manejo de programas en edición y montaje de imágenes y video.

**El Diagramador:** en este caso este cargo inicialmente lo realizaría un estudiante de 9° grado quien tiene conocimientos en diagramación y se encargará de planear el aspecto físico del periódico, además de la forma gráfica de las páginas y poder hacerlas realidad de acuerdo con las indicaciones y el material que sea entregado por los reporteros y los fotógrafos. Las páginas del periódico escolar deben tener por parte del diagramador formas muy armónicas como los anuncios publicitarios, las fotografías, los textos y titulares, entre muchos otros contenidos, de tal manera que se pueda jugar con cada una de las figuras.

**Diseñador Publicitario:** este sería el encargado de vender publicidad con el objetivo de recaudar fondos para financiar el proyecto. Además de diseñar los avisos el estudiante debe desarrollar habilidades en la creación de consignas e imágenes, asimismo plantear estrategias de venta eficaces. Su función principal es la de crear textos con eslóganes, frases y títulos atractivos, informativos, sintéticos y convincentes.

Es muy importante que se establezca una división entre el diseñador publicitario y el resto del equipo que conforman el periódico escolar, pues por ningún motivo las pautas que se diseñen pueden condicionar los temas que serán publicados por el medio institucional.

---

<sup>17</sup>EDUTEKA. Organización periódico escolar. [En línea]. <http://www.eduteka.org/PeriodicoEscolar.php> [citado el 18 de agosto de 2010]

## 4. METODOLOGÍA

Para la propuesta que se presenta inicialmente se realizó una búsqueda bibliográfica para reconocer literatura con respecto a los periódicos escolares, también se tomaron algunas de estas referencias y se adaptaron a las necesidades de la institución, luego se hizo un análisis y una contrastación a partir de las inquietudes que manifestaba el Colegio, expuestas por las altas directivas del mismo, las cuales se relacionaron con algunas ideas recogidas acerca del medio por parte de los estudiantes.

Teniendo en cuenta las encuestas realizadas en años anteriores a estudiantes, docentes y personal administrativo, en donde se preguntaba a los encuestados si les gustaría o verían viable que el Colegio tuviese como nuevo medio de comunicación interno un Periódico Escolar. Se pudo realizar la investigación y evaluación de costos para la impresión de este en formato impreso, midiendo qué tan comprometida estaba la comunidad educativa en generar este medio de comunicación.

Es así como se da inicio a la propuesta de recoger fondos para la creación del periódico escolar Canadiense y poder mirar la viabilidad del proyecto a largo plazo. Posteriormente se llega a proponer la idea de ayudar al medio ambiente y rebajar costos imprimiendo el periódico en material reciclable. Se realiza una convocatoria a todos los padres de familia para que envíen desde sus casas cartón, revistas, directorios, botellas pet, etc, con el objetivo de realizar el termómetro de reciclaje por grupos, y de esta manera motivar a toda la comunidad educativa a llenar esos termómetros hasta el tope y tener la satisfacción de estar ayudando a preservar la naturaleza, además de llevarse un premio simbólico y el reconocimiento de toda institución.

Consecutivamente surge la idea de continuar adquiriendo más fondos para la materialización del periódico escolar, por medio de la celebración del día de la familia Canadiense, en donde todas las ganancias obtenidas de esta actividad serían destinadas a llevar a término el proyecto comunicacional.

Una vez se obtuvo este consolidado se procedió a escribir la propuesta fundamentada en seis etapas:

- **Etapa 1:** Proceso, introducción y socialización del proyecto Periódico escolar a los altos mandos del Colegio.
- **Etapa 2:** Selección del talento humano que conformará el equipo de trabajo y la definición de cada una de las secciones y géneros periodísticos que se utilizarán según las necesidades de la institución.

- **Etapa 3:** forma de recolección de la información que irá en cada publicación, el material del cual estará hecho el periódico y el diseño y publicidad que se realizará para el lanzamiento y difusión del mismo.
- **Etapa 4:** Organización de las herramientas de comunicación que se emplearán para la difusión del Periódico Escolar a nivel interno y externo.
- **Etapa 5:** Aprobación de los materiales a utilizar para la elaboración del papel en el que se imprimirá el periódico y sus herramientas de apoyo.
- **Etapa 6:** Puesta en marcha, control y seguimiento del proyecto institucional (Periódico Escolar).

Cada una de estas etapas serán trabajadas en conjunto con los estudiantes, docentes, personal administrativo y facilitadores de la comunidad educativa, por medio de una comisión previamente elegida para investigar, construir, diagramar y redactar las noticias y secciones de mayor interés bajo la conducción del área de Comunicaciones y Bienestar Institucional.

La última etapa será la culminación del proyecto donde el Colegio Canadiense podrá disponer de esta propuesta para guiarse y ejecutar de manera impecable cada una de las funciones planteadas desde el inicio del proyecto.

#### 4.1 OBSERVACIÓN DIRECTA

Es uno de los métodos más utilizados, por ser el más antiguo y el más eficiente. Se caracteriza por la recolección de datos mediante la observación de las actividades que realiza cierto equipo, en este caso la practicante de comunicaciones del Canadiense.

Su ventaja es la veracidad de los datos obtenidos, porque es una sola fuente la que los interpreta. Su desventaja es el costo elevado, porque se requiere invertir bastante tiempo para que el método sea completo.

## 5. RESULTADOS

- Se diseñó la propuesta de organización y criterios generales del periódico escolar dirigido hacia el público interno y externo del colegio.
- En cuanto al diseño y ejecución de un programa de formación para los estudiantes por medio de clases opcionales se logró avanzar en la conformación de un semillero extracurricular de taller de fotografía y medios digitales.
- En cuanto a la propuesta de conformar el grupo de redactores del Colegio Canadiense, al finalizar la práctica se obtuvo que el Concejo Académico de la institución, evaluara la posibilidad de conformar el grupo el año entrante con los estudiantes de los grados superiores.
- Con respecto al material con el que se elaborará el periódico institucional se pudo avanzar hasta la difusión de la campaña de reciclaje titulada, **CAMBIA TU FUTURO... ÚNETE A LA CAMPAÑA DE RECICLAJE POR UN PLANETA MEJOR.**
- Se realizó la fiesta de la Familia Canadiense con el fin de recolectar dinero para el periódico escolar y el canal de televisión. Actividad que permitió obtener \$14.500.000.

## 6. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Después de la práctica empresarial realizada en la Fundación Colombo Canadiense, estos son los resultados que arroja el método de investigación utilizado.

Los resultados son los esperados, pues se logró avanzar en cada uno de los propósitos planteados al inicio de la investigación. Todos los entes participantes de la institución que interactuaron en el proceso, mostraron en todo momento la mejor disposición para colaborar y brindar información general de apoyo al proyecto de práctica. Además las estrategias que se implementaron para lograr el objetivo general fueron aprobadas con éxito por el equipo de comunicaciones del Colegio.

A continuación, y como estrategia para evidenciar los resultados, se mostrará cada uno de los objetivos específicos planteados en el Trabajo de Práctica y se identificarán las estrategias y actividades cumplidas para cumplir cada objetivo.

### OBJETIVO:

- Diseñar la propuesta de organización y criterios generales del medio.

### ESTRATEGIA:

- Investigar de manera verbal y documental, al interior de la comunidad educativa cuáles son las necesidades básicas de la Institución en cuanto a comunicación se refiere.

### ACTIVIDAD:

- Realizar una reunión con todos los facilitadores de la institución e informarles que deben tener un reporte por escrito, de cuáles son las necesidades académicas y administrativas que podría apoyar a la propuesta de organización y criterios generales del periódico escolar.

### OBJETIVO:

- Diseñar y ejecutar un programa de formación para los estudiantes por medio de clases opcionales como: taller de fotografía y medios digitales, taller de redacción en los diferentes géneros periodísticos.

#### ESTRATEGIA:

- Crear otros espacios donde los estudiantes puedan elegir los talleres de comunicación y periodismo que quieran ver después de clases y fortalecer los ya existentes como el semillero de sistemas e informática.

#### ACTIVIDADES:

- Se solicita al departamento de extracurriculares que evalúe la posibilidad de abrir un grupo extracurricular de taller de fotografía y medios digitales.
- Luego de aprobada la iniciativa se procede a enviar un comunicado interno a los padres de familia para informarles sobre la apertura de este nuevo extracurricular, para que los interesados se inscriban hasta una fecha determinada.

#### OBJETIVO:

- Conformar el grupo de redactores escolares del periódico con los mismos estudiantes del colegio.

#### ESTRATEGIA:

- Promover y motivar la participación de los estudiantes de noveno y décimo grado en el grupo de Redactores Canadiense, mediante capacitaciones, en donde cada alumno tenga la oportunidad de dialogar con personajes de la vida periodística y empresarios que trabajen en pro de la comunicación.

#### ACTIVIDADES:

- Invitar a la institución a jóvenes empresarios a que den una charla de comunicaciones y periodismo a los estudiantes la segunda semana de cada mes.
- Visitar otras instituciones Educativas con el objetivo de observar el trabajo que realizan los redactores de esa comunidad.

## 7. OTROS RESULTADOS DE PRÁCTICA

- Edición revista Why?: 5 números (Mensual).
- Administración página web: 34 actualizaciones (semanal).
- Administración carteleras: 30 actualizaciones (semanal).
- Publicación boletín WGO?: 26 números (semanal).
- Envío correos electrónicos: a padres de familia, personal administrativo y docentes de la institución, empresas del convenio y otras.
- Organización de eventos: empresariales, académicos, campañas de proyección social, lúdico recreativo, a nivel interno y externos.
- Comité de publicidad, mercadeo y comunicaciones del evento empresarial Feria EJE.
- Diseño de volantes y boletería para el evento empresarial Feria EJE.

## 8. CONCLUSIONES

- La comunicación dentro de una institución educativa como el Canadiense, tiene la obligación de informar y educar a todos sus públicos, para lograr los objetivos y las diferentes propuestas que hagan posible un trabajo de excelencia.
- Una de las formas más viables de mostrar el progreso y avances de una institución al mundo exterior, es a través de una herramienta de comunicación como los periódicos escolares, los cuales buscan el impacto en la comunidad en cada sus textos, por su calidad narrativa y actualidad de la información.
- Es primordial en toda organización tener una comunicación directa con cada uno de los públicos que la conforman, mediante nuevos instrumentos que facilitan la interacción entre ellos.
- Los periódicos escolares son un puente de comunicación con otras instituciones, donde se da a conocer de manera objetiva los hechos que ocurren al interior y que tienen impacto y proyección social.
- Los géneros periodísticos dentro del ámbito educativo, son estrategias comunicacionales que buscan informar y recrear historias que son reconocibles para el emisor y el receptor.
- En la elaboración de un periódico escolar, los estudiantes ocupan un lugar fundamental, permitiendo en ellos que descubran la creatividad, la innovación y el buen desarrollo de competencias y destrezas haciendo de este una herramienta para su aprendizaje.

## 9. RECOMENDACIONES

- El Colegio Canadiense debe considerar la posibilidad de tener una persona especializada en comunicaciones para dirigir el proyecto del periódico escolar.
- Seguir liderando y ejecutando la campaña de reciclaje, **CAMBIA TU FUTURO... ÚNETE A LA CAMPAÑA DE RECICLAJE POR UN PLANETA MEJOR.**
- Buscar nuevos mecanismos para el sostenimiento del periódico institucional.
- Continuar con el grupo de fotografía y medios digitales y abrir el grupo de redactores y reporteros del colegio.
- Apoyarse de los géneros periodísticos para la elaboración e innovación de textos, que permita el enriquecimiento y actualización de la información.
- Operar el grupo de redactores escolares, dando apoyo y continuidad a su labor.

## BIBLIOGRAFÍA

AGUILAR IBÁÑEZ, Ezequiel, Cómo elaborar un proyecto: Guía para diseñar proyectos sociales y culturales. Buenos Aires, Lumen, 1995.

BONAVIA T, Martín; QUINTANILLA I, Guillermo. "Marketing interno y participación en las organizaciones". Ed 7. Valencia: Esic-Market, 1993. 79P.

BARTOLI, Annie. Comunicación y organización, la organización comunicante y la comunicación.: 1ª ed. Barcelona, 1992. N° de pág. 96.

CANGURO. Definición y conceptos de comunicación. <http://cangurorico.com/2009/02/definicion-de-comunicacion.html> (citado el 14 de agosto de 2010)

CAPRIOTTI, Paul. " La Comunicación Interna" Artículo publicado en Reporte C&D Capacitación y Desarrollo Argentina, N. 13, (diciembre 1998).

Comunicación social. Revista latina de Comunicación Social. La Habana. Vol 18, No 18 (junio, 1999). P. 13

EL DIARIO EN LA ESCUELA. ¿Cuáles son las funciones de un periódico? [http://formacion-docente.idoneos.com/index.php/Did%C3%A1ctica de la Lengua/El diario en la escuela](http://formacion-docente.idoneos.com/index.php/Did%C3%A1ctica_de_la_Lengua/El_diario_en_la_escuela) (citado el 15 de agosto)

EL DIARIO. ¿Cuáles son las funciones de un periódico? <http://www.eldiario.com.ar/escuela/> (citado el 15 de agosto)

EDUTEKA. Organización periódico escolar. <http://www.eduteka.org/PeriodicoEscolar.php> (citado el 18 de agosto de 2010)

EDUTEKA. Propósito para la elaboración de un periódico. Fundación Gabriel Piedrahita Uribe. Tecnologías de información y comunicaciones para la enseñanza básica y media. [www.eduteka.com.co](http://www.eduteka.com.co) (citado el 18 de agosto de 2010)

FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos. La Comunicación en las Organizaciones. Castellano, 1999, Trillas.

FERNÁNDEZ P, Alejandro. "La comunicación interna en la empresa". Ed 4. Argentina: Capital Humano, 1992. 41P.

JOHNSON, Hans. *La gestión de la comunicación. Guía profesional*. Ed 1. Madrid: Ciencias Sociales, 1991. 97P.

LOPÉZ ALONSO, Mariana. COMUNICACIÓN EMPRESARIAL: *El poder de la comunicación institucional II. Los casos ganadores del Premio EIKON*. ed 1. Buenos Aires: Comunicación Empresarial, 2001. 113P.

MÁRQUEZ MOLINA, Laura. "La Comunicación en las Organizaciones". Publicación Revista Gestipolis.com. (Enero 2004).

MASLOW, Abraham. "Personality and motivation". Ed 9. Brooklyn, 1954. 70P.

MECI. Definición de comunicación organizacional. [http://www2.valledelcauca.gov.co/SIISVC/documentos/Presentaciones/MECI/Unidad\\_2/B\\_control%20gestion/B\\_3\\_comunicacion/B\\_3\\_1\\_comuninterna/U2\\_B\\_3\\_1\\_lectura.htm](http://www2.valledelcauca.gov.co/SIISVC/documentos/Presentaciones/MECI/Unidad_2/B_control%20gestion/B_3_comunicacion/B_3_1_comuninterna/U2_B_3_1_lectura.htm) (citado el 15 de agosto de 2010)

MORENTE CHIQUERO, Jose. "Comunicación interna, entre moda y autenticidad". Ed 7. España: Capital Humano, 1989. 16P.

SCRIB. Definiciones de comunicación interna.  
<http://www.scribd.com/doc/2218082/susan> (citado el 15 de agosto de 2010)

TU REVISTA. Definiciones de comunicación organizacional.  
<http://www.turevista.uat.edu.mx/Volumen%203%20Numero%204/comunicacion%20organizacional.htm> (citado el 14 de agosto de 2010)

UCML. ¿Qué son las secciones de un periódico?  
<http://www.uclm.es/profesorado/ricardo/Prensa/Musica2001/SECCIONES%20DE%20UN%20PERI%20DICO.html> (citado el 16 de agosto de 2010)

VILLAFANE, Justo. *Imagen positiva (Gestión estratégica de la imagen de empresas)*. Ed 1. Madrid, 1993. 30P.

WESTPHALEN, Piñuel. *La dirección de comunicación*. Ed 3. Madrid, 1993. 24P.

WIKIPEDIA. Definición y conceptos de comunicación. [www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com) (citado el 14 de agosto de 2010)

# ANEXOS

## LISTA DE ANEXOS

### ANEXO A. Campaña de Reciclaje

## CAMBIA TU FUTURO...

ÚNETE A LA CAMPAÑA DE RECICLAJE POR UN PLANETA MEJOR



El Colegio Canadiense se encuentra promoviendo la Campaña de reciclaje *“Por Un Planeta Mejor Cada Cosa En Su Contenedor”*, con el objetivo de educar a toda la comunidad en la cultura de la separación de residuos y su posterior reciclado, aprovechando que este es el mes del reciclaje.

El material reciclable que se va a recoger durante todo el mes de mayo es: periódicos, revistas, botellas PET (plástico). Es importante tener en cuenta que el reciclar los diferentes




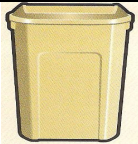
productos y materiales que usamos a diario representa para toda la comunidad un buen número de beneficios ambientales y sociales.

**Beneficios del Reciclaje:**

- ♻️ Consistente ahorro de energía.
- ♻️ Reducción de la contaminación.
- ♻️ Menor cantidad de residuos.
- ♻️ Menor impacto ambiental.
- ♻️ Optimización de los recursos.
- ♻️ Ayuda a sostener el medioambiente para generaciones futuras.



A continuación se explica la forma adecuada para que aprendas a reciclar y proteger el medio ambiente.

RECIPIENTE	RESIDUOS	
	<p><b>RECIPIENTE VERDE</b></p> <p><b>RESIDUOS ORDINARIOS E INERTES</b></p>	<p>Servilletas, empaques de papel plastificado, barrido, colillas, Icopor, jabones y detergentes biodegradables, papel higiénico, pañales, envases tetra pack, papel carbón.</p>
	<p><b>RECIPIENTE GRIS</b></p> <p><b>PAPEL, CARTÓN, PERIÓDICO</b></p>	<p>Todo tipo de papel y cartón limpio y seco: archivo, periódicos y revistas.</p>
	<p><b>RECIPIENTE AZUL</b></p> <p><b>PLÁSTICOS</b></p>	<p>Vasos plásticos desechables, garrafas, tarros (de shampoo, bálsamo), botellas (jugo, agua, gaseosa), envases de yogurt, de comida preparada.</p>
	<p><b>RECIPIENTE CREMA BIODEGRADABLE</b></p>	<p>Residuos de alimentación antes o después de su preparación, residuos vegetales, material de poda y jardín.</p>

	<b>RECIPIENTE BLANCO VIDRIO Y LATAS</b>	Envases y frascos de vidrio, tapas y latas metálico.
---	---	--

# ÚNETE A LA CAMPAÑA! AYUDA A LIMPIAR Y A CUIDAR AL MUNDO!!!

**ANEXO B.** Este es un termómetro que mide cuanta cantidad de reciclaje hay por cada grado del Colegio.

## TERMÓMETRO DE RECICLAJE JULIO 21 DE 2010

### TABLA DE POSICIONES

PUESTO	AULA	KL	Profesor Responsable
1	2A	372.4	Jacqueline Tabares
2	3A	133	Ángela Patricia O
3	3B	122.6	Carolina Obando
4	4B	120.4	Ángela Ocampo
5	1C	119.8	Viviana Gutiérrez
6	4A	119.4	María Clara Posada

7	2B	116.6	Mayda Saldarriaga
8	3C	113.2	Ángela Quiceno
9	2C	103.6	Sandra Saldarriaga
10	5A	63.8	Eduardo Tamayo
11	4C	42	Diego Vargas
12	5B	38.8	Eduardo Tamayo
13	2D	35	Diego Bedoya
14	1D	33.4	María Eugenia Ruíz
15	1A	32.6	Deyci Berrio
16	1B	16	Carlos Soto

Total 1,583

**ANEXO C. Propuesta Creación periódico escolar:**

**PROPUESTA CREACIÓN Y GESTIÓN DEL PERIÓDICO ESCOLAR CANADIENSE**

Con el objetivo de cumplir con cada uno de los objetivos específicos trazados en el proyecto, se realiza como primera metodología un plan de trabajo por escrito con la Directora de Bienestar Institucional para especificar cada una de las actividades a desarrollar en la creación y gestión del Periódico Escolar.

Se procede a buscar un espacio dentro de la jornada académica en donde se pueda propiciar los encuentros con los estudiantes más interesados en conformar el grupo de Reporteros Canadienses. A continuación se describe, de acuerdo con cada uno de los objetivos del proyecto de práctica, la manera como se materializan.

Con respecto a realizar una propuesta por escrito, en donde se especifique cada uno de los parámetros y criterios bajo los cuales se realizara el proyecto “Periódico Escolar”.

➤ **Organización y capacitación del equipo de docentes y estudiantes interesados:**

Para realizar el periódico escolar con el fin de que se pueda publicar y que sea el medio de comunicación principal dentro del Colegio Canadiense, es

muy importante una buena capacidad de organización entre todos los entes participantes.

Por lo que se hace fundamental que no sólo sea el departamento de comunicaciones quienes propongan y ejecuten el proyecto, sino también que el conjunto de docentes y estudiantes se capaciten para que ellos mismos sean quienes lideren y ejecuten el proyecto llamado “**Reporteros Canadiense**” en el Periódico Escolar.

Hay que tener en cuenta que un periódico escolar exige establecidas estrategias de trabajo algunas muy confusas que de una u otra forma hay que intentar reflejar para no alterar lo que es el medio de comunicación como técnica o estrategia de enseñanza.

Los docentes y estudiantes del Canadiense deben tener en cuenta las siguientes sugerencias:

- 🌈 Deben conocer las técnicas y el lenguaje periodístico.
- 🌈 El periódico lo debe hacer el estudiante con el asesoramiento constante del docente.
- 🌈 Los alumnos deben profundizar al realizar el periódico en el lenguaje y técnicas periodísticas.
- 🌈 Es importante que el núcleo central del periódico se realice tomando como base datos del entorno más cercano al estudiante.
- 🌈 Es conveniente utilizar todos los géneros periodísticos sin desechar otro tipo de género literario.

#### ➤ **Elegir el nombre del Periódico Escolar:**

La elección del nombre que deberá llevar el periódico escolar, es una actividad de vital importancia en la que todos los involucrados deben sentarse a pensar en él y elegir lo que va a ser posteriormente la primera publicación.

Se debe dedicar el tiempo suficiente para elegir tanto el nombre del periódico como las propuestas para el diseño y distribución de cargos dentro de unos comités previamente seleccionados.

Es muy importante elegir un nombre que le agrade a la mayoría, pues es una motivación y en el futuro va a sintetizar el trabajo de todo el grupo que Lidera el periódico. El nombre puede ser simpático o llamativo, serio o conceptual, pero siempre debe definir en una o dos palabras lo que es y quiere el grupo que lo realiza.

➤ **Planificar el Periódico:**

La labor de planificación de un periódico debe ser obra de todo el grupo, que elige temas y contenidos, detecta intereses, estudia las mejores posibilidades económicas y reparte responsabilidades. Esta labor la debe desempeñar el comunicador inicialmente.

Una vez planificado el periódico y compuesta la premaqueta, se deslindan las responsabilidades, se reparte el trabajo y cada persona o cada comité sabe lo que debe hacer o buscar. Es importante, dejar libertad a la iniciativa personal y que cada cual pueda aportar ideas y sugerencias. Hay estudiantes que individualmente y por propia iniciativa presentan sus trabajos, noticias, opiniones o entretenimientos y otros que necesitan del grupo de trabajo para hacerlo. Son los profesores los que deben orientar al grupo o a los individuos para que actúen de la forma más conveniente en cada momento.

➤ **Realización del texto:**

La búsqueda de datos: una vez que se tenga claros y explícitos los objetivos que se pretenden alcanzar con el periódico, además de los temas y contenidos que se proyecta que contenga y distribuidas las responsabilidades, se procede a la búsqueda de los datos y su redacción con el propósito de que se puedan publicar.

El periódico Escolar debe tener un poco de todo, ser amable y divertido, y sobre todo reflejar lo que pasa en el entorno institucional y de esta forma poder interpretar, valorar y recrear los hechos cotidianos e incorporarlos posteriormente por medio de la escritura. No se debe descartar el que se plasmen también otro tipo de situaciones que se presentan dentro del ambiente escolar de carácter más personal, pues la motivación hacia la lectura, la escritura y la investigación es tanto mayor cuanto más toca a sus intereses cercanos o a aquello en lo que puede participar directamente.

*Aprender a buscar y recoger datos:* Es muy importante que los estudiantes se involucren directamente en la búsqueda de la información, que entrevisten a personas de su entorno, que realicen reportajes que sean de realidades ocurridas a ellos o a personajes que tengan relevancia social.



Con este criterio se logran objetivos de motivación lectora, redactar cualquier tipo de pensamiento, escribir cultamente, reflejar sus sentimientos por escrito, además de que los estudiantes queden inquietos por informarse leyendo los periódicos y de todo aquello que pueda aportar datos al conocimiento de nuevos elementos de su interés o simplemente de lo que ocurre a su alrededor.

*Aprender a redactar la información:* Es normal que las primeras entrevistas que un alumno realice no reflejen en absoluto lo que el entrevistado ha comunicado al entrevistador con la consiguiente frustración posterior del «reportero», y tal vez hasta con el enfado del entrevistado que no ve por ninguna parte lo que ha dicho. Por ello hay que cuidar sobre todo la entrevista, ayudando al alumno o al grupo en la decisión de las preguntas y en su redacción, evitando preguntas cerradas o que puedan ser contestadas solamente con monosílabos.

El momento de la entrevista debe también ser preparado por el grupo con la ayuda del profesor, y es conveniente la utilización de cassette ya que asegura por lo menos que la información no se pierde. En alumnos más avezados es conveniente prescindir de la cassette para que realicen un esfuerzo mayor de atención a lo que se les dice y consigan mayor agilidad en la redacción. Los resultados, es decir, la redacción de las contestaciones, deben servir como tarea de composición en la sesión de trabajo y ser revisadas por los responsables con el fin de orientar y ayudar hacia un resultado coherente.

## ANEXO D. Boletín What's Going On?

### Semana del 1 al 5 de marzo

**¿CÓMO SE VE EN EL CALENTAR LAS ELECCIONES 2020 - 2021?**

En el Colegio de nuestra institución se realizó el debate electoral de personas adultas. Así cada uno de los candidatos presentó su propuesta a los alumnos de primaria y secundaria. Finalmente, además, la visita del Personal del Municipio de la Escuela quien les habló sobre las votaciones. Finalmente que debe desarrollar el estudiante según el nivel de la institución y los horarios a venir por la mejor propuesta. Por otra parte, los docentes del colegio también tienen la valiosa tarea de elegir entre ellos, quien será el representante ante el Consejo Directivo de la institución.

**PROPUESTAS**

**Agrupación a Personas Trabajadoras**

- Con el número 01 en el tarjeta Juan Sebastián Rojas del grado 10A y su compañera estudiante María Valiquen.
- Con el número 02 en el tarjeta María Cárdena del grado 10B y su compañera estudiante Natalia Páez.

**Agrupación a Representante de los Docentes**

- Wilder Alenda Torres
- Marta Chabalá
- Diego Vargas
- Alejandra Méndez

Las elecciones se llevaron a cabo el próximo viernes 7 de marzo en las instalaciones del colegio.

**Las elecciones del 7 de marzo se acercan**

**TALLER DE ANIMACIÓN EN BANDA**

Con el fin de motivar a los estudiantes en la aplicación de la asignatura de música, se realizó un taller de animación en banda. Los estudiantes de primaria y secundaria, en un ambiente de creatividad y alegría, se dedicaron a la realización de una presentación en la Feria del 2020 con el fin de promover la música en nuestros estudiantes y enseñar en ellos el espíritu de liderazgo y emprendimiento.

Vilma Galdames  
Profesora de Taller de Música

**DE JUERTINA**

Trabaja de familia, queremos solicitar un colaboración para los días en los que se dice la materia "Taller de Aplicación" en el colegio, para que asistan a una hora en los días que se necesitan para la actividad de clase.

- ✓ Como profesoras del Colegio Católica.
- Tarjetas con el día.
- ✓ Responder a las preguntas que se aplican desde la casa y para acercarse a la institución.

Agradecemos de antemano todos el apoyo y dedicación de parte de ustedes en nuestra labor educativa.

Vilma Galdames  
Profesora de Taller de Música

---

**ESQUEMA DE LA LINGÜÍSTICA CASTELLANA**

**LINGÜÍSTICA EN EL AULA**

La lengua escrita y oral, además de ser un medio de comunicación, también es un medio de expresión. En este sentido, el lenguaje escrito y oral, se relacionan entre sí y se complementan. En este sentido, el lenguaje escrito y oral, se relacionan entre sí y se complementan.


Este es un lenguaje oral y escrito de los estudiantes de primaria y secundaria. Este es un lenguaje oral y escrito de los estudiantes de primaria y secundaria.

SEMANA DEL 1 AL 5 DE MARZO		GRADO 10	GRADO 11	GRADO 12	GRADO 13	GRADO 14
Fecha	1 de marzo	10A	10B	11A	11B	12A
Fecha	2 de marzo	10A	10B	11A	11B	12A
Fecha	3 de marzo	10A	10B	11A	11B	12A
Fecha	4 de marzo	10A	10B	11A	11B	12A
Fecha	5 de marzo	10A	10B	11A	11B	12A

**"¿QUÉ ES EL LENGUAJE?"**

Después de haber leído en familia la "Magdalena" en el día de ayer y de haber leído la "Magdalena" en el día de hoy, se realizó una actividad de escritura en la que los estudiantes de primaria y secundaria, en un ambiente de creatividad y alegría, se dedicaron a la realización de una presentación en la Feria del 2020 con el fin de promover la música en nuestros estudiantes y enseñar en ellos el espíritu de liderazgo y emprendimiento.

Vilma Galdames  
Profesora de Taller de Música









www.colgocajamarca.edu.ec | EDUCACIÓN

---

**SEMA COORDINACIÓN DE CONTINUIDAD**

**Palabras de Bienvenida** queremos saludarles que a partir del tercer período escolar, mayo 10, se desarrollarán todas las horas y actividades que no pertenecen al currículo del Colegio. Por su parte los estudiantes que requieran asistencia asistencial con puntaje, informes médicos y otros que no sean, se les pediremos la entrega al inicio de clase y serán derivados a sus casas basados que no comprometer a tener el cumplimiento del currículo institucional. Todas las actividades que no se realicen serán derivadas en casa para poder tener asistencia al Colegio (Recomendamos ser al menos de noviembre sep. 3 hasta para la Presentación Final, semanas 1 y 2 Presentación Final y Cierre).

**Fecha entrega de actas y calificaciones para la derivación de los estudiantes al sistema educativo.**

Cecilia María Álvarez Domínguez

---

**DICCIONARIO DEL PLAN NACIONAL DE EMERGENCIAS**

A partir de la próxima semana los estudiantes de los grados 7<sup>o</sup> a 12<sup>o</sup> estarán realizando una actividad pedagógica de acompañamiento en empresas amigas por el Colegio para cada estudiante. Se por una semana, que una día de la visita, el estudiante irá a la empresa asignada a realizar las actividades de observación y realizando en algunas actividades propuestas por la institución. Esta actividad de tipo académico, pretende brindar a los estudiantes un entorno real de empresa, a la vez que, busca fortalecer la responsabilidad, emprendimiento, **actividades como:**

1. Realización con el gerente o colaborador de la empresa.
2. Presentación de la ficha REP 2020, explicación la importancia de la misma y las medidas para enfrentar.
3. Conocer las divisiones o departamentos de la empresa. El estudiante diligenciará una encuesta que llevará a la empresa por y planificarla de su día.

**Las fechas de las visitas son:**

- Grado 7 grado 7<sup>o</sup>
- Grado 8 grado 8<sup>o</sup>
- Grado 9 grado 9<sup>o</sup>
- Grado 10 grado 10<sup>o</sup>
- Grado 11 grado 11<sup>o</sup>
- Grado 12 grado 12<sup>o</sup>

Agradecemos tener en cuenta estas fechas, así como a sus hijos en la participación de las visitas y el compromiso que como familia tienen con el estudiante. Durante esta semana el docente Javier Córdova, estará informando a cada estudiante de la empresa asignada.

Cecilia María Álvarez Domínguez

**DESDE EL ÁREA ACADÉMICA**

**LES DESAMOS A TODAS LAS MANOS DEL COLEGIO CAJAMARCA, UN FELICIDAD DE LAS MADRES**

*¡Felicitaciones para ti, en tu día de la madre!*

**EN SU INTERIOR**

- El día **24 de mayo** los estudiantes del grado 12<sup>o</sup> realizarán una prueba por disciplina tipo ICFES, con el fin de preparar la preparación para los pruebas de Estado.
- Se recomendará también por el **24 de mayo** que los estudiantes de los grados 7<sup>o</sup> a 11<sup>o</sup> realicen el **TRABAJO COMPLEMENTARIO** al segundo período de sus actividades.

Cecilia María Álvarez Domínguez, entidad informando con anticipación la fecha asignada para este día.

**DESDE LAS HORAS**

Queremos recomendar a toda la comunidad del colegio para que se unan a un gran objetivo establecido en nuestros estatutos.

Los los docentes y estudiantes realicen tareas de observación y acompañamiento a los padres de familia y los estudiantes para lograr el buen rendimiento, entendido, respeto, afecto, estabilidad y cumplimiento de nuestros hijos, a partir de sus responsabilidades, su entorno y sus instituciones involucradas.

Para ello invitamos en medida que se unan con el apoyo y la colaboración de sus profesores y autoridades. A través de esta iniciativa podremos promover las mejorías que nos ayuden a perfeccionar sea en el entorno de educación que tenemos todos los padres de familia.

Adriana M. Rojas T.

---

**ACTA: del 3 al 7 de mayo**

FECHA	TEMAS	GRUPOS	GRUPOS	TEMAS	TEMAS
03/05/2020	Reunión de padres de familia	Grado 12	Grado 11	Grado 10	Grado 9
04/05/2020	Reunión de padres de familia	Grado 8	Grado 7	Grado 6	Grado 5
05/05/2020	Reunión de padres de familia	Grado 4	Grado 3	Grado 2	Grado 1
06/05/2020	Reunión de padres de familia	Grado 12	Grado 11	Grado 10	Grado 9
07/05/2020	Reunión de padres de familia	Grado 8	Grado 7	Grado 6	Grado 5
08/05/2020	Reunión de padres de familia	Grado 4	Grado 3	Grado 2	Grado 1
09/05/2020	Reunión de padres de familia	Grado 12	Grado 11	Grado 10	Grado 9
10/05/2020	Reunión de padres de familia	Grado 8	Grado 7	Grado 6	Grado 5
11/05/2020	Reunión de padres de familia	Grado 4	Grado 3	Grado 2	Grado 1
12/05/2020	Reunión de padres de familia	Grado 12	Grado 11	Grado 10	Grado 9

**ALTERNATIVAS DE CONCIENCIAMIENTO**



La semana de sensibilización y concientización en el desarrollo de un cambio de alimentación del colegio, incluye desde el día 4 al 10 de mayo (semana de sensibilización y concientización para la población escolar) y desde el día 11 al 17 de mayo (semana de sensibilización y concientización para la población adulta). Con respecto a las actividades de sensibilización y concientización para la población adulta, se invita a todos los padres de familia a que participen en las actividades de sensibilización y de concientización de sus hijos.

**ACTIVIDADES:**

- Se realizará un taller de sensibilización y concientización para la población adulta, el día 11 de mayo, en el aula de usos múltiples del colegio.
- Se realizará un taller de sensibilización y concientización para la población adulta, el día 12 de mayo, en el aula de usos múltiples del colegio.
- Se realizará un taller de sensibilización y concientización para la población adulta, el día 13 de mayo, en el aula de usos múltiples del colegio.
- Se realizará un taller de sensibilización y concientización para la población adulta, el día 14 de mayo, en el aula de usos múltiples del colegio.
- Se realizará un taller de sensibilización y concientización para la población adulta, el día 15 de mayo, en el aula de usos múltiples del colegio.
- Se realizará un taller de sensibilización y concientización para la población adulta, el día 16 de mayo, en el aula de usos múltiples del colegio.
- Se realizará un taller de sensibilización y concientización para la población adulta, el día 17 de mayo, en el aula de usos múltiples del colegio.

Cecilia María Álvarez Domínguez C.  
Coordinadora de Gestión

# VAMOS A RECICLAR

RECIPIENTE	RESIDUOS	
	<b>RECIPIENTE VERDE</b> RESIDUOS ORGANIZADOS E INERTES	<div style="text-align: center; background-color: #e0e0ff; padding: 5px; border: 1px solid blue;"> <p><b>CAMPANA INSTITUCIONAL DE RECICLAJE</b></p> <p>LEDERADA POR: Área de Emprendimiento y Comportamiento del Cliente</p> </div> <div style="text-align: center; background-color: #e0e0ff; padding: 5px; border: 1px solid blue; margin-top: 5px;"> <p><b>RECOLECCIÓN DE MATERIAL RECICLABLE COMÚN:</b></p> <p>Perifoneos, revistas, botellas PET (plástico). Todo el mes de mayo se recogerá por grupo este material enviado desde las casas.</p> </div> <div style="text-align: center; background-color: #e0e0ff; padding: 5px; border: 1px solid blue; margin-top: 5px;"> <p><b>RECOLECCIÓN POR ALICIÓN DE CADAS RECOLECCIÓN DE:</b></p> <p><b>Papel reciclado:</b> Hojas de papel, periódicos, revistas, sobres, papeles, etc. Plástico (PET): Botellas de plástico (agua, refrescos, etc.). Papel: Papel de oficina, papel de regalo, etc. Metales: Alfileres, alfileres, etc.</p> </div>
	<b>RECIPIENTE GRIS</b> PAPEL, CARTÓN, PÉRCERICO	
	<b>RECIPIENTE AZUL</b> PLÁSTICO	
	<b>RECIPIENTE AMARILLO</b> RESIDUOS BIODEGRADABLES	
	<b>RECIPIENTE BLANCO</b> VIDRIO Y LATAS	

Comunicación Residuos Mónica Mendiola B.A. 107, Área de emprendimiento Colegio Cajamarca.  
Residencia Institucional.  
correo: m.mendiola@colgocajamarca.edu.ec

Semana del 31 al 4 de junio

**What's Going On?**

**CON TODA NUESTRA GRATITUD**

**Para ella, nuestros mejores éxitos y agradecimiento profundo!**

**DEBE AGRADECER: COMENTAR EL VALOR DE LA AGRADECIMIENTO:**

*Sabiduría*

La sabiduría es uno de los valores humanos más preciados, que consiste en aplicar, colaborar o cooperar con otros, no egoísta sino, generosa hacia o hacia materiales, es comprender que todos las personas necesitan de los demás en algún momento, por lo que es muy importante que todos ellos como adultos, desarrollen desde el hogar que la sabiduría es necesaria para vivir en un mundo mejor. Enseñar que es necesario aprender a quienes lo necesitan así tener la obligación de ellos, y explicar que es un gran privilegio de que los niños, y los niñas, que se educan en la sabiduría humana de haberlos hecho.

Desarrollar el valor de la sabiduría cuando nos presentamos en lugar del otro, cuando presentamos en los demás, no sólo ante grandes dificultades, la sabiduría está en los detalles, como por ejemplo está uno que nos comportamos un padre de familia del colegio que vive con un mundo sin nosotros y sólo recordando hasta el niño de su hijo, en dicho momento siempre puede de familia le ofrece amorado a pesar de que presentamos a un Colegio que nos uno. Es una situación para presentarnos de lo que podemos ayudar cuando nos hacemos conscientes (cremos) del entorno en el que nos estamos moviendo.

Adriana Rojas P.

**¿O QUE ESTAMOS ESPERANDO?**

Una vez más el área de Lengua Castellana convoca a toda la comunidad educativa en un evento que abre las puertas al poder creativo de las palabras y nos recuerda que todos los conceptos podemos hacer literatura, de esta de manera creativa entendemos la literatura de literatura "Literatura Infantil". Inicialmente la literatura infantil es el lenguaje que se dirige a los niños y niñas, también podemos escribir sobre el mundo literario infantil.

**Revisemos las bases del concurso:**

- El concurso consiste en la creación de un cuento corto y también será relacionado con los días de la semana.
- La participación debe ser una página.
- Debe ser infantil y no haber sido ganador en otro concurso.
- Cada participante podrá presentar sólo con un cuento escrito en español.
- El evento se presentará en diez (10) copias impresas, en letra Arial, tamaño 12. Se deberán entregar en un sobre cerrado e identificarlo solamente con el título y el apellido del autor. Asimismo se deberá incluir una foto con los apellidos de los autores (nombre y apellido), grupo o grupo de autores, institución, localidad, fecha del escrito y categoría.
- La fecha de entrega será hasta el viernes 7 de julio a las profesores de lengua castellana o al correo: [literaturainfantil@colegiocanadiense.edu.co](mailto:literaturainfantil@colegiocanadiense.edu.co).

Presentado el 27 de agosto.

Categorías:

- Preescolar y 1º
- 2º y 3º
- 4º y 5º
- 6º, 7º, 8º, 9º, 10º y 11º

María Elena Teller Lengua Castellana

**ANEXO A del 19 al 23 de julio**

FECHA	CIUDAD	ACTIVIDAD	ACTIVIDAD	CIUDAD	ACTIVIDAD
19 de julio	Arma	Arma	Arma	Arma	Arma
20 de julio	Arma	Arma	Arma	Arma	Arma
21 de julio	Arma	Arma	Arma	Arma	Arma
22 de julio	Arma	Arma	Arma	Arma	Arma
23 de julio	Arma	Arma	Arma	Arma	Arma

Coordinadora y Profesora - Colegio Canadiense - Área de Literatura

**Semana del 19 al 23 de julio**

**What's Going On?**

**NUEVO EXAMEN DE ENSAYO PARA LOS JÓVENES**

El Colegio Canadiense quiere darle a conocer a toda la comunidad educativa el nuevo examen de ensayo, que será realizado el próximo 23 de julio en el aula de la biblioteca del colegio. Este examen tiene como objetivo evaluar el nivel de comprensión lectora de los estudiantes de los grados 6º y 7º. El examen será de tipo escrito y tendrá una duración de 45 minutos. El examen será evaluado por los profesores de Lengua Castellana. El examen será evaluado por los profesores de Lengua Castellana. El examen será evaluado por los profesores de Lengua Castellana.

**SABADOS AGENDADOS**

DÍA	HORARIO	ACTIVIDAD	ASISTENTE	NOTA
19 de Julio	10:00 am a 12:00 pm	Arma	Arma	Arma
20 de Julio	10:00 am a 12:00 pm	Arma	Arma	Arma
21 de Julio	10:00 am a 12:00 pm	Arma	Arma	Arma
22 de Julio	10:00 am a 12:00 pm	Arma	Arma	Arma
23 de Julio	10:00 am a 12:00 pm	Arma	Arma	Arma

**AYUDA DEL ESPÍRITU SANTO CAMPESINO**

Por medio de la participación de los estudiantes en el Evento del Espiritismo que se realizó el jueves 22 de julio de 2010 en el aula de la biblioteca del colegio. Este evento fue organizado por los profesores de Lengua Castellana. Este evento fue organizado por los profesores de Lengua Castellana. Este evento fue organizado por los profesores de Lengua Castellana.

**CAMPANA DE RECICLAJE**

Desde el área de Recreación se está llevando a cabo la campaña de reciclaje con los estudiantes desde presentar hojas recicladas, para el objetivo de reducir los residuos para la conservación de un planeta más limpio y saludable. Esta campaña se llevará a cabo en el colegio y en las zonas de la comunidad. Esta campaña se llevará a cabo en el colegio y en las zonas de la comunidad. Esta campaña se llevará a cabo en el colegio y en las zonas de la comunidad.

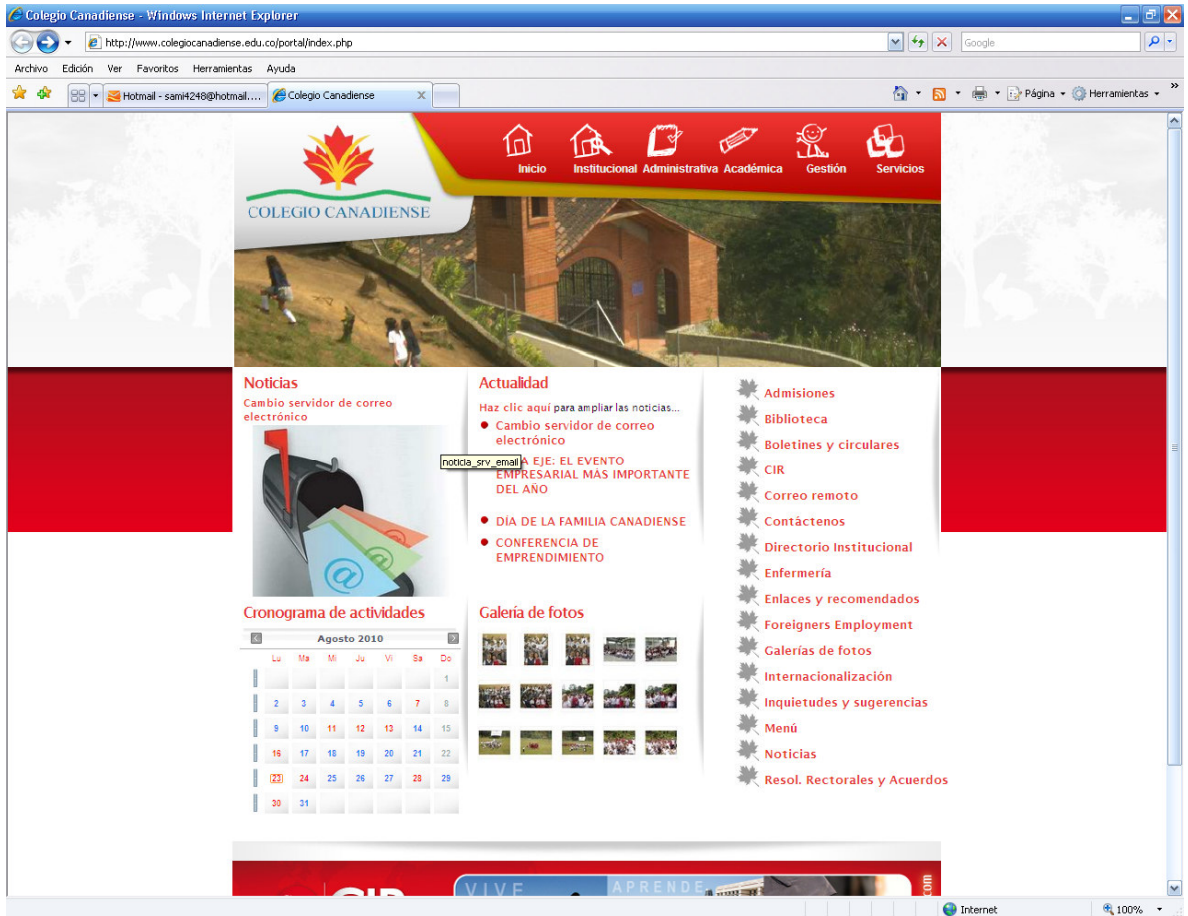
**FESTIVO**

FECHA	CIUDAD	ACTIVIDAD	ACTIVIDAD	CIUDAD	ACTIVIDAD
19 de julio	Arma	Arma	Arma	Arma	Arma
20 de julio	Arma	Arma	Arma	Arma	Arma
21 de julio	Arma	Arma	Arma	Arma	Arma
22 de julio	Arma	Arma	Arma	Arma	Arma
23 de julio	Arma	Arma	Arma	Arma	Arma

**ALIMENTA TU COMUNITARIO**

El día 19 de julio se realizó una feria de alimentos que se realizó en el aula de la biblioteca del colegio. Este evento fue organizado por los profesores de Lengua Castellana. Este evento fue organizado por los profesores de Lengua Castellana. Este evento fue organizado por los profesores de Lengua Castellana.

**ANEXO E: Página Web del Colegio Canadiense**



## ANEXO F: Revista Why?



**ANEXO G: Diseño de boletería, volante y Escarapelas Feria EJE**

## Boletería

<p>N° 00002</p>  <p>ENCUENTRO JÓVENES EMPRENDEDORES</p> <p>COLEGIO CANADIENSE</p> <p><b>ADULTOS</b></p>	<p>www.ejecolombia.com</p>  <p>ENCUENTRO JÓVENES EMPRENDEDORES</p> <p>COLEGIO CANADIENSE</p>	<p>N° 00002</p> <p>Septiembre 16 y 17 PALACIO DE EXPOSICIONES Pabellón Amarillo Medellín - Colombia</p> <p>Valor: \$ 2.000</p> <p>Horario: 9:00 a.m. - 6:00 p.m.</p> <p><b>ADULTOS</b></p> <p>www.ejecolombia.com</p>
<p>N° 00001</p>  <p>ENCUENTRO JÓVENES EMPRENDEDORES CONSTRUYENDO EMPRESA EN FAMILIA</p> <p>COLEGIO CANADIENSE</p> <p><b>NIÑOS</b></p>	<p>www.ejecolombia.com</p>  <p>ENCUENTRO JÓVENES EMPRENDEDORES CONSTRUYENDO EMPRESA EN FAMILIA</p> <p>COLEGIO CANADIENSE FUNDACIÓN COLOMBO CANADIENSE NTT: 900.002.642-2</p> <p>III Encuentro Nacional y II Encuentro Internacional de Jóvenes Emprendedores</p>	<p>N° 00001</p> <p>Septiembre 16 y 17 PALACIO DE EXPOSICIONES Pabellón Amarillo Medellín - Colombia</p> <p>Valor: \$ 1.000</p> <p>Horario: 9:00 a.m. - 6:00 p.m.</p> <p><b>NIÑOS</b></p> <p>www.ejecolombia.com</p>

## Volante



**El evento empresarial a nivel nacional más importante del año**

- Conferencias
- Presentación de proyectos
- Área de creatividad y juegos
- Rincones de aprendizaje

Descubre tu pasión!  
Discover your passion!  
發現你的熱情

COLEGIO CANADIENSE  
Septiembre 16 y 17  
PALACIO DE EXPOSICIONES

Teléfono: (0574) 279 88 48  
Ext: 113 - 107  
Horario: 9:00 a.m. - 6:00 p.m.  
ejecolombia@gmail.com  
comunicaciones@colegiocanadiense.edu.co  
Medellín - Colombia

ENCUENTRO JÓVENES EMPRENDEDORES  
YOUNG ENTREPRENEURS GATHERING

¡Un evento al que no puedes faltar!

## Escarapelas

**EXPOSITOR**

Septiembre 16 y 17  
**PALACIO DE EXPOSICIONES**  
 Pabellón Amarillo  
 Medellín - Colombia

SANDRA MILENA MONTOYA  
 Colegio Canadiense  
 C.C. 1'127.454.248

**E.J.E. 2010**  
 CENTRO JÓVENES EMPRENDEDORES  
 INSTITUCIÓN EDUCATIVA COLEGIO CANADIENSE

ORGANIZA PATROCINAN INVITA

COLEGIO CANADIENSE

**LOGÍSTICA**

Septiembre 16 y 17  
**PALACIO DE EXPOSICIONES**  
 Pabellón Amarillo  
 Medellín - Colombia

SANDRA MILENA MONTOYA  
 Colegio Canadiense  
 C.C. 1'127.454.248

**E.J.E. 2010**  
 CENTRO JÓVENES EMPRENDEDORES  
 INSTITUCIÓN EDUCATIVA COLEGIO CANADIENSE

ORGANIZA PATROCINAN INVITA

COLEGIO CANADIENSE

**INVITADO ESPECIAL**

Septiembre 16 y 17  
**PALACIO DE EXPOSICIONES**  
 Pabellón Amarillo  
 Medellín - Colombia

SANDRA MILENA MONTOYA  
 Colegio Canadiense  
 C.C. 1'127.454.248

**E.J.E. 2010**  
 CENTRO JÓVENES EMPRENDEDORES  
 INSTITUCIÓN EDUCATIVA COLEGIO CANADIENSE

ORGANIZA PATROCINAN INVITA

COLEGIO CANADIENSE