

**PLAN DE MEJORAMIENTO DE LA PÁGINA WEB DEL COLEGIO
MARYMOUNT DE BOGOTÁ**

Presentado por:

**SKARLETT EGER ROBLETO
MARÍA ÁNGELA TORRES SOTO**

**UNIVERSIDAD DE LA SABANA
INSTITUTO DE POSTGRADOS
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA EDUCATIVA**

Chía, Febrero 16 de 2010

**PLAN DE MEJORAMIENTO DE LA PÁGINA WEB DEL COLEGIO
MARYMOUNT DE BOGOTÁ**

Presentado por:

SKARLETT EGER ROBLETO
MARÍA ÁNGELA TORRES SOTO

Asesora:

CARMEN STELLA PENAGOS C.

UNIVERSIDAD DE LA SABANA
INSTITUTO DE POSTGRADOS
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA EDUCATIVA

Chía, Febrero 16 de 2010

TABLA DE CONTENIDO

Introducción

Capítulo I. El problema de investigación

1.1 Caracterización de la situación

1.2 Diagnóstico y justificación

1.3 Objetivo general

1.4 Objetivos específicos

Capítulo II. Marco conceptual

2.1 El surgimiento de internet

2.2 Resultados del estudio general de medios – Colombia

2.3 El efecto de internet en las comunicaciones

2.4 El uso de internet en la educación

Capítulo III. Diseño metodológico

3.1 Enfoque y método

3.2 Grupo de trabajo

3.3 Exploración y preparación del campo de acción

3.4 Selección y muestra

3.5 Técnicas de recolección de información e instrumentos

3.6 Plan de acción

Capítulo IV. **Desarrollo del proyecto**

4.1 Antecedentes y origen de la propuesta

4.2 Decisión de cambio de la página

4.3 Revisión del entorno competitivo

4.4 Aplicación de la encuesta a la comunidad educativa y resultados

4.4.1 Padres de familia

4.4.2 Alumnas

4.4.3 Profesores

4.5 Definición del alcance del proyecto: mapa de navegación y contenidos

4.6 Decisión sobre el diseño

4.7 Desarrollo y entrega de la nueva página

Capítulo V. **Conclusiones y proyecciones**

TABLA DE GRÁFICAS

Gráfica 1	Medios de Comunicación preferidos por los colombianos
Gráfica 2	La página WEB como medio de comunicación del colegio según padres
Gráfica 3	Temas esperados por los padres en la página WEB
Gráfica 4	Servicios esperados en la página WEB para los padres
Gráfica 5	La página WEB como reflejo de la identidad y proyecto educativo institucional según padres
Gráfica 6	La página WEB como herramienta que aporta al aprendizaje según alumnas
Gráfica 7	Información que las alumnas esperan encontrar en la página WEB
Gráfica 8	Servicios que las alumnas esperan encontrar en la página WEB
Gráfica 9	La página Web como reflejo de la identidad institucional según las alumnas
Gráfica 10	Información general del colegio que debe incluirse en la página web según los profesores
Gráfica 11	Información que incluirían los profesores sobre su área

- Gráfica 12 Información que incluirían los profesores en el calendario virtual
- Gráfica 13 Información que debería estar disponible para los padres - madres de familia según los profesores
- Gráfica 14 Información que debería estar disponible para las alumnas según los profesores
- Gráfica 15 Información que debería estar incluida para profesores y directivos según profesores
- Gráfica 16 Otros temas que a los profesores les gustaría incluir en la página web

TABLA DE CUADROS

Cuadro	1	Plan de acción
Cuadro	2	Entorno competitivo

TABLA DE ANEXOS

Anexo 1	Informe de encuesta de satisfacción del cliente
Anexo 2	Encuesta de satisfacción al cliente
Anexo 3	Encuesta aplicada a los estamentos del Colegio Marymount
Anexo 4	Perfil demográfico (ECI) Estudio Colombiano de Internet 2008
Anexo 5	Lugar desde el cual se accesa a Internet (ECI)
Anexo 6	Frecuencia de ingreso a Internet (ECI)
Anexo 7	Actividades realizadas en Internet (ECI)
Anexo 8	Actividades realizadas estratos (ECI)
Anexo 9	Frecuencia de realización de cada actividad (ECI)
Anexo 10	Comportamiento por género (ECI)
Anexo 11	Encuesta padres de familia del Colegio Marymount
Anexo 12	Encuesta Alumnas del Colegio Marymount
Anexo 13	Encuesta Profesores del Colegio Marymount
Anexo 14	Informe del comportamiento de la página web del Colegio Marymount durante el año calendario 2007
Anexo 15	Estructura de navegación Colegio Marymount (secciones, subsecciones, etc), aplicación, descripción y responsable de cada una.
Anexo 16	Propuesta PSMANAGER

INTRODUCCIÓN

El Colegio Marymount es una institución educativa con 40 años de trayectoria en la formación católica de mujeres íntegras en Bogotá. Durante estos años ha mostrado una evolución positiva, que lo mantiene actualizado y liderando la franja de colegios femeninos en nuestra capital. Considerando estos elementos del contexto en el que se desarrolla su propuesta educativa y reconociendo la importancia que hoy en día tiene la comunicación a través de la web, este trabajo apunta a mejorar el sitio web que el colegio tiene para establecer la comunicación, tanto al interior de su comunidad educativa como con el exterior. Aprovechar esta herramienta para ofrecer a toda la comunidad mejores servicios y reflejar el proyecto educativo institucional son objetivos presentes en el plan que se diseña a continuación y que no pretende desconocer los aciertos de la página anterior; más bien busca actualizarla desde el punto de vista de su diseño, en cuanto a imagen corporativa, y de sus contenidos, en lo que a secciones y herramientas hace referencia.

Este proceso es esencialmente de índole participativo, ya que se inicia en una encuesta de satisfacción del cliente y contempla en su desarrollo la detección de las necesidades de nuestra comunidad, para garantizar el adecuado desarrollo de las propuestas y la vigencia en el tiempo de los ajustes que se introduzcan.

El resultado obtenido gracias al apoyo de las directivas del colegio y a la idoneidad del equipo conformado, es un sitio web moderno, con parámetros de diseño llamativos y que reflejan la imagen del colegio, con secciones de interés para todos los miembros de la comunidad y con información suficiente para que un visitante de la web se dé una idea clara y completa de la calidad de educación impartida por el Marymount.

El proceso desarrollado se estructura en cuatro capítulos. En el primero se describen las características del Colegio Marymount, se hace un diagnóstico

institucional y se definen los objetivos del proceso desarrollado. En el segundo capítulo se trabajan los conceptos relacionados con la importancia que ha venido tomando la Internet en las comunicaciones y por ende en una institución educativa. El tercer capítulo define el diseño metodológico que se emplea en la investigación. El cuarto capítulo describe todas las actividades desarrolladas con la comunidad educativa para mejorar la página web del Colegio.

PLAN DE MEJORAMIENTO DE LA PÁGINA WEB DEL COLEGIO MARYMOUNT DE BOGOTÁ

CAPÍTULO I. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 CARACTERIZACIÓN DE LA SITUACIÓN

El Colegio Marymount fue fundado en 1948 por las religiosas del Sagrado Corazón de María. A raíz de su retiro en el año 1968, un grupo de familias tuvieron la iniciativa de crear la Fundación Nuevo Marymount el 9 de mayo de 1969. Ésta es una fundación sin ánimo de lucro, cuyos propietarios son los padres de familia y fue reconocida como persona jurídica, mediante la resolución 4588 del Ministerio de Justicia el 9 de septiembre de 1969.

Entre 1970 y 1980 el colegio se consolidó como institución privada de educación femenina; a partir de los años ochenta se amplió el número de grupos por nivel, pasando de dos a tres, lo que significó un aumento del número de alumnas, de 600 a 1.000.

En la década de los ochenta, se realizaron la mayoría de las construcciones actuales y se desarrolló en los aspectos de orden académico, mostrando un nivel de excelencia que permite a sus alumnas, desde entonces, ingresar a las mejores universidades.

En 1990 se consolidó el proyecto de bilingüismo y se compró el lote aledaño al colegio para contar con mayor área física, con miras a la realización del plan maestro.

En el año 2003 el Marymount entró a formar parte de la realización del *Bachillerato Internacional*, impartiendo el *Programa del Diploma*.

El Marymount a través de los años ha modificado sus estatutos, con el fin de responder a las necesidades de nuestra sociedad en cada momento. La última reforma se realizó en el año 1997, cuando se vinculó a las ex alumnas a la junta de directores, máxima autoridad del Colegio (aprobación Secretaría de Educación mediante Resolución No. 1067 del 10 de marzo de 1998).

El Colegio se ha caracterizado desde sus inicios por utilizar procesos democráticos y de participación. Desde el año 1969 los padres de familia de cada curso eligen una pareja de padres coordinadores para ser el medio de comunicación entre las familias y la administración del Colegio; desde entonces se cuenta con un proceso de elección en la asamblea anual, a partir del cual se eligen los representantes a la junta de directores.

A raíz de la nueva Constitución de 1991 y de la promulgación de la Ley General de Educación, se introdujeron otros cambios que influyeron en procesos de mayor participación, como son los órganos del gobierno escolar. Otros factores que también han ejercido influencia importante, han sido los avances tecnológicos que han modificado aspectos tanto administrativos como pedagógicos, y en las comunicaciones internas y externas.

Hacia el año 1999 el colegio inició su participación en el Proyecto Líderes Siglo XXI de Meals de Colombia, lo cual ha sido decisivo para el proceso de mejoramiento continuo; en otras palabras para evaluar, planear y emprender acciones que han llevado a reestructurar nuevos procesos, mediante la participación de la comunidad educativa.

A partir del año 2000 se ha intensificado el trabajo de mejoramiento continuo del colegio a través de la implementación de todo lo planteado por el proyecto Líderes del Siglo XXI y la participación en el premio Galardón a la Excelencia.

Desde el año 2002 se inició la implementación del Programa del Diploma del Bachillerato Internacional, el cual es un modelo de educación internacionalmente reconocido y establecido. El colegio recibió la aprobación en abril del 2005 e inicia el desarrollo de este proyecto a partir del año académico 2005 – 2006.

A partir del año 2006 el Colegio forma parte de la Red Mundial de Colegios Marymount, la cual fue creada por las Religiosas de Sagrado Corazón de María al ver que muchos de sus colegios habían sido entregados a laicos. Esta red cuenta con 15 colegios ubicados en diferentes países de Europa y América, que se reúnen anualmente para compartir la labor realizada por cada una de ellos de acuerdo con los lineamientos de la comunidad religiosa.

En Diciembre de 2007 el Colegio fue certificado por el ICONTEC y se encuentra trabajando en la consolidación y mejoramiento de su Sistema de Gestión de Calidad, bajo la norma ISO 9001 versión 2000.

Actualmente el Colegio cuenta con 1.010 alumnas y su propuesta educativa lo define como un colegio colombiano, femenino, católico, bilingüe y con un alto nivel de exigencia académica. Su grupo objetivo está constituido por familias de estrato 5 y 6 con las que se lleva a cabo un trabajo conjunto en beneficio de las alumnas. El equipo docente y administrativo está conformado por 111 personas. Las instalaciones del Colegio han estado ubicadas desde su fundación en 1969, en la Calle 169B No. 74A-02 de Bogotá, zona que pertenece a la localidad de Suba.

1.2 DIAGNÓSTICO Y JUSTIFICACIÓN

Partiendo de la encuesta de satisfacción al cliente aplicada en febrero del 2008 a 120 familias de alumnas de pre-escolar, primaria y bachillerato (15.5% de la población real), en la que se evaluaron los aspectos académico y formativo, de

comunicación, de servicio y bienestar, definimos la oportunidad de mejora que pretendemos abordar con nuestro plan de mejoramiento.

De acuerdo con los resultados arrojados por la encuesta (Anexo 1) se definieron las fortalezas, los aspectos positivos y las oportunidades de mejora del Colegio Marymount teniendo presente los siguientes criterios:

- Son consideradas fortalezas aquellos aspectos que en su calificación sobrepasen el 95%.
- Son aspectos positivos aquellos que su calificación se encuentre entre el 80% y el 95%. Para estos aspectos se sugirió generar estrategias que permitieran mantener estos resultados.
- Son oportunidades de mejora los aspectos que en su calificación no superaron el 80%, frente a ellos se deben generar acciones que respondan a las necesidades de los clientes.

Se presenta (Anexo 1) el informe de encuesta de satisfacción del cliente, en el que se hace evidente que dentro de las oportunidades de mejora detectadas por la población general están casi todos los aspectos evaluados como parte del área de comunicación y reuniones (de los 8 elementos evaluados, 7 se ubican por su porcentaje de satisfacción, como oportunidades de mejora).

Resulta preocupante que si el colegio establece en el numeral 15 del manual de convivencia¹, como una de sus prioridades el trabajo conjunto con los padres de familia, el aspecto de la comunicación sea evaluado negativamente por ellos y por lo tanto, esta es una razón suficiente para emprender una acción de mejora frente a este tema, porque de lo contrario podría llegar a tener a futuro, un impacto negativo sobre el proceso educativo.

Fue necesario priorizar los aspectos de la comunicación que pretendíamos abordar, partiendo de la citada encuesta (Anexo 2), en la que se tienen presentes

¹ COLEGIO MARYMOUNT. Manual de Convivencia. Numeral 15. Bogotá, 2009.

varios ítems (del 15 al 22) de los cuales, decidimos trabajar la eficacia de los medios de comunicación y la percepción que tienen los padres de ésta (claridad, oportunidad y espacio para ser escuchados). Por lo tanto, lo relacionado con las reuniones y la asamblea general de padres no será considerado tema a trabajar en este plan de mejoramiento.

Teniendo en cuenta que la tecnología e innovación hacen parte de la visión del colegio² y están estrechamente ligadas con el tema de los medios de comunicación, resulta pertinente revisar lo relacionado con la página Web del colegio, como herramienta para lograr una comunicación eficaz con los padres. Más aún cuando la encuesta aplicada a los estamentos del colegio en el 2008 (Anexo 3) muestra que tanto los profesores como el personal administrativo, califican la página Web de forma tal, que ésta queda ubicada como un aspecto positivo que requiere de estrategias dirigidas a mantener su buen desempeño o incluso a mejorarlo, ya que es calificada con un 82% de satisfacción y el puntaje mínimo para ser considerado un aspecto positivo es el 80%.

El presente trabajo pretende dar respuesta a la siguiente pregunta:

¿Rediseñar la página Web y ampliar la interacción de la comunidad educativa, mejorará la eficacia de la comunicación y la percepción que los padres tienen frente a la claridad y oportunidad de ésta, en el Colegio Marymount?

² El Marymount ha construido y validado un modelo educativo femenino e integral, sustentado en valores éticos y cristianos, que sobresale nacional e internacionalmente por los logros académicos de sus alumnas, la apropiación del conocimiento, la tecnología y la innovación, su sentido de responsabilidad social y sus competencias para el desarrollo personal y profesional.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 General

Mejorar la eficacia de la página Web del Colegio Marymount, para que los padres perciban una comunicación clara y oportuna, y para que la comunidad educativa en general, le de mayor utilidad a esta herramienta comunicativa.

1.3.2 Específicos

1.3.2.1 Detectar las necesidades de los padres de familia y de la comunidad educativa en general, frente a la página Web del Colegio Marymount, como un medio de comunicación rápido y eficaz.

1.3.2.2 Plantear el rediseño de la página Web para que sea una herramienta eficaz de comunicación que permita mejorar la comunicación entre los padres y el colegio. Esto implicaría modificar su mapa de navegación, clasificar la información para consulta pública ó privada y generar secciones que permitan mejor acceso a ésta.

1.3.2.3 Iniciar la implementación de los ajustes a la página WEB del colegio, para que ésta refleje lo que es hoy en día la propuesta educativa del colegio y de respuesta a las necesidades actuales de nuestra comunidad, así como para que se fortalezca su nueva imagen corporativa, actualizada a partir del 2006.

1.3.2.4 Consolidar la política ambiental y ecológica del colegio, en lo que hace referencia a disminuir el uso de papel en la comunicación con los padres de familia.

CAPÍTULO II. MARCO CONCEPTUAL

2.1 EL SURGIMIENTO DE INTERNET

Los cambios introducidos en la sociedad actual, por el desarrollo de nuevas tecnologías en las comunicaciones durante las últimas décadas del siglo XX, desembocan en lo que hoy conocemos como “sociedad de la información”³.

Una de las características esenciales de esta sociedad, está dada por la fluidez en la transmisión de un gran volumen de información a cualquier punto del planeta, quedando ésta disponible de manera inmediata para toda persona que pretenda acceder a ella. *“Esto resulta indispensable para poner en práctica los supuestos de la globalización, ya que el concepto de lo global está entramado en el desarrollo de las tecnologías de la información y comunicación”*⁴. En una sociedad globalizada como la nuestra, la regla de oro es que lo lejano y extranjero se torne en cercano y propio.

El cambio cultural es inminente, *“la distancia cultural nunca es una medida fija y permanente; al contrario, es una variable que cambia en el tiempo a partir de la interacción comunicativa”*⁵. La forma como nos relacionamos con el mundo, con otros, define un universo de relaciones significativas que se establece hoy de forma diferente, en la medida en que está mediado por la interactividad, la inmediatez, la visibilidad y la multiplicidad de formas y contenidos.

Cuando se habla de la sociedad de la información se hace referencia no sólo al uso de Internet, sino también a la televisión por satélite, las señales digitales y los

³ TORRES DUQUE, Olga Cecilia. Propuesta para el rediseño del portal del Colegio Santa Francisca Romana. TC – 252.2007 – 006. Universidad de la Sabana. Chía. 2007

⁴ SAN MARTÍN, Patricia. Hipertexto Seis propuestas para este milenio. Editorial La Crujía Ediciones. Buenos Aires, Argentina. 1999. pg. 55

⁵ Idem pg. 54

servicios en línea, abundantes hoy en día como estrategias en las cuales se soportan la economía y las relaciones comerciales de nuestro tiempo.

Internet es el componente esencial del cambio en la forma como nos llega la información, no sólo por la velocidad sino por la omnipresencia que conlleva. Está en las oficinas, en las instituciones públicas y comerciales, en las entidades bancarias, en los colegios y universidades, y en la mayoría de los hogares. “... *de manera específica a Internet se la puede comparar, por su extensión, con un insondable océano; por su diversidad, con un caleidoscopio; por su contenido y capacidad, con una inagotable biblioteca*”⁶.

Internet surge en 1969, cuando la Agencia de Proyecto de Investigación Avanzada del Departamento de Defensa de los Estados Unidos, enfrentó una situación de seguridad nacional por la amenaza de un posible ataque nuclear. La necesidad de ofrecer rutas alternativas que permitieran la recepción de mensajes, aún cuando se presentara un daño parcial en las comunicaciones del ejército, dio origen a lo que en poco tiempo se convirtió en una red de uso masivo.⁷

En pocas palabras, como lo plantea Trejo Delarbre, las distancias se acortan en la medida en que el envío ágil de mensajes se hace posible y entonces aparecen nuevos medios de comunicación, que ofrecen más fidelidad, mayor cobertura y gran velocidad. Internet resulta del encuentro de la tecnología digital con las telecomunicaciones y se convierte en el medio de difusión más influyente de contenidos a nivel de textos, gráficos, audio y video. La posibilidad de unir diferentes formas de expresión y de interactuar a través de la multimedia, así como el poder diseñar y navegar a través de páginas electrónicas, son beneficios que la digitalización deja a la humanidad.

⁶ TREJO DELARBRE, Raúl. Viviendo en el Aleph. La sociedad de la información y sus laberintos. Editorial Gedisa. Barcelona, España. 2006. pg. 14

⁷ JOYANES, Luis. Cibersociedad. Los retos ante un nuevo mundo digital. Editorial Mc. Graw Hill. Interamericana de España. S.A.U. 1997 pg. 100

*“Internet se ha convertido en un importante recurso global, un recurso que es crítico para el mundo desarrollado como herramienta de negocios y social y también para el mundo en desarrollo como pasaporte a la participación equitativa, así como en el desarrollo económico, social y educacional.”*⁸ La Red de redes es el eje central de la sociedad de la información; comunica de forma directa y su esencia es el compartir. Es muy dinámica e incluyente, su carácter es primordialmente diverso y participativo.

2.2 RESULTADOS DEL ESTUDIO GENERAL DE MEDIOS – COLOMBIA

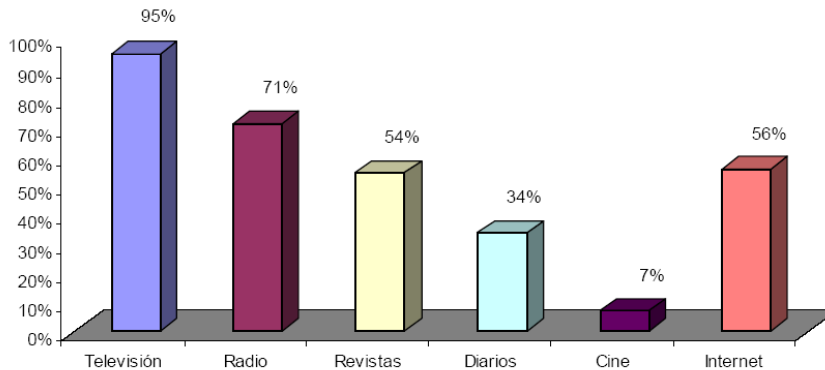
Si bien, en el mundo desarrollado Internet ha alcanzado un lugar importante, en nuestro país, la situación presenta similares características; el Estudio General de Medios realizado en el año 2008, muestra avances significativos, que indican que éste ocupa el tercer lugar de preferencia de los colombianos (56%), como medio de comunicación después de la televisión (95%) y la radio (71%), por encima de publicaciones como revistas (54%) y periódicos (34%).

⁸ TREJO DELARBRE, Raúl. Viviendo en el Aleph. La sociedad de la información y sus laberintos. Editorial Gedisa. Barcelona, España. 2006. pg. 33

Gráfica 1 Medios de Comunicación preferidos por los colombianos

**INTERNET ya es el
3er Medio de
comunicación**

- Internet se acerca a Radio y Televisión como principal canal
- Va en aumento la penetración, el número de navegantes y la frecuencia de navegación.



En otras palabras, son muchos los servicios que ofrece Internet en la sociedad actual y son numerosas las actividades que una persona realiza frente a su computador personal: leer el periódico, comprar y vender artículos, realizar transacciones bancarias, enviar y recibir correos electrónicos y hacer uso de servicios de información interactiva (World Wide Web) entre otros.⁹

Resulta valioso preguntarse por los avances de Internet en un contexto específico, en este caso Colombia, como marco general de interés para el desarrollo de este trabajo. Aterrizar en nuestro país el desarrollo y estado actual de Internet resulta muy pertinente y por lo tanto, plantear la pregunta por su situación actual en Colombia, nos daría importantes elementos de referencia. Una valiosa fuente de información para responder a esta inquietud es el Estudio Colombiano de Internet

⁹ TORRES DUQUE, Olga Cecilia Propuesta para el rediseño del portal del Colegio Santa Francisca Romana. TC – 252.2007 – 006 Universidad de la Sabana. Chía. 2007.

(ECI) realizado en el 2008 en el cual participaron 7,407 hombres y mujeres, de diferentes ciudades del país, mayores de 12 años y representantes de todos los estratos socioeconómicos.

El ECI involucró 40 portales de importantes empresas de Colombia, y a partir de él, se pueden hacer las siguientes afirmaciones relacionadas con el impacto que ha tenido este medio en nuestra sociedad. En primer lugar, es importante anotar que de acuerdo con este estudio, en nuestro medio el uso de Internet es más frecuente en hombres (60%) que en mujeres (40%), siendo más común (33%) en el estrato 3.

Llama la atención que dentro de la población encuestada y en relación con la variable ocupación, el mayor porcentaje lo representan las personas empleadas (37%) y que cuentan con un nivel educativo de estudios universitarios completos (19%). (Anexo 4)

En cuanto al lugar desde el cual se conectan a la red, el 81% de los encuestados ingresa a Internet desde su casa, mientras que el 42% lo hace desde el trabajo. (Anexo 5) Para el año 2007 los resultados muestran esa misma situación, con un 75% y 40% respectivamente; lo que hace evidente que cada vez más hay mayor penetración de Internet en los hogares colombianos.

En relación con la frecuencia con que las personas ingresan a Internet, del 81% que lo hace desde su casa, el 77% ingresa todos los días; mientras que de aquellos que ingresan desde el trabajo (42%), el 81% lo hace diariamente. De lo anterior, se puede afirmar que el hábito de ingreso diario a Internet es cada vez más frecuente, manteniéndose el alto impacto que tiene este medio en el estilo de vida de la gente. (Anexo 6)

Frente a la pregunta por el fin o propósito principal de acceso a Internet, es claro que el trabajo es la razón primordial (27%), mientras que el estudio se presenta

como propósito para el 26% de los encuestados y el entretenerse y comunicarse está muy cerca con el 21%. Dentro de las actividades realizadas con mayor frecuencia, se destaca la revisión del correo electrónico (88%) (Anexo 7) en todos los estratos (Anexo 8) con un alto porcentaje de personas que se conectan a diario (82%) (Anexo 9) sin encontrar diferencias significativas de género. (Anexo 10) Lo anterior confirma que el correo electrónico es el servicio de Internet más usado y por lo tanto, resulta valioso emplearlo como medio de comunicación y estrategia de gestión dentro de cualquier organización.

2.3 EL EFECTO DE INTERNET EN LAS COMUNICACIONES

Ahora bien, como complemento de las estadísticas presentadas, nuestra realidad muestra que hoy en día las instituciones públicas y privadas, las entidades gubernamentales y comerciales, cualquier empresa, colegio o universidad tienen un lugar en la red. Éste se ha convertido en un sitio fundamental para sobrevivir en el competitivo mercado actual.

A nuestro medio ingresó en 1989 la expresión “triple w”, como referente de una infinidad de oportunidades y lugares por visitar; en pocas palabras, como un importante miembro de la familia de Internet, que permite el acceso a la información de manera interactiva. La World Wide Web comprende un conjunto de computadoras “*que contienen programas llamados exploradores que les permiten enviar y recibir documentos en un formato estándar específico llamado protocolo de transferencia de hipertexto (http)*”¹⁰. Éste último consiste en un documento que contiene vínculos con otros documentos sin importar dónde estén almacenados; es decir, el hipertexto no se limita a cierta clase de información, sino que incluye texto con gráfico, sonido y video, así como cualquier elemento que se pueda codificar digitalmente hasta conformar un todo integrado. Por esta razón, la lectura

¹⁰ DECKER, Rick y HIRSHFIELD, Stuart. Máquina analítica. Introducción a las ciencias de la computación con uso de la Internet. International Thomson Editores. 2001. pg. 67

deja de ser lineal, ya no va de principio a fin, sino que se despliegan para el lector muchas posibilidades permitiendo la exploración, que es quizás la gran fortaleza de esta herramienta.

Algunas de las razones por las cuales el crecimiento de la Web ha sido tan rápido y significativo es porque resulta fácil de usar, efectivo en la búsqueda de información y sencillo en la producción de páginas Web. De acuerdo con Decker y Hirshfield, una página Web es un documento de texto común y corriente del tipo que se puede producir incluso con el procesador de texto más sencillo que contenga una o más etiquetas, las cuales son conjuntos de caracteres interpretados de manera especial como indicadores de formato de texto, vínculos con otros documentos Web, gráficos, y así sucesivamente.¹¹

La búsqueda de información guía al individuo a un sin número de páginas de bienvenida o portales que son parte del camino en la interacción con nuevos contenidos, imágenes y datos. De acuerdo con Sergio Calvo Fernández, *“los portales podrían considerarse como la cabecera de un periódico o revista, dentro de la cual se encuentran diferentes secciones (sites) que pueden ser consultadas por el internauta”*¹²

2.4 EL USO DE INTERNET EN LA EDUCACIÓN

La educación como actividad propia del hombre, definida en términos de *“proceso constante de formación del ser humano que le permite adoptar los conocimientos necesarios para su desarrollo y la capacidad de supervivencia”*¹³ no está ajena a este mundo de cambios e influencias ejercidas por el desarrollo de las tecnologías de la información, que irremediablemente median la relación con el conocimiento.

¹¹ Idem pg. 70

¹² CALVO FERNANDEZ, Sergio. Comunicación en Internet. Estrategias de Marketing y Comunicación Interactivas. España. Thomson Editores, 2001. pg. 9

¹³ UNIVERSIDAD DE LA SABANA, Facultad de Educación. EDUCACIÓN Y EDUCADORES. Volumen 7, año 2004, pg. 102.

Como lo afirma Julio Cabero, ¹⁴ citando a Pérez Gómez, la enseñanza es una actividad intencional, constituye un sistema de comunicación humano y tiene lugar en una institución específica; resulta pertinente pensar sobre la interacción entre los elementos que componen el proceso de enseñanza – aprendizaje y que se hacen presentes en el escenario escolar: profesores, alumnos, personal administrativo y de servicios, estrategias, contenidos, etc.

Ahora bien, desde la perspectiva del autor, dicha interacción se da a partir de la comunicación y para él *“comunicar significa compartir, es decir, establecer algo en común con alguien”* y para que esto sea posible se requieren tres elementos básicos: una fuente, un mensaje y un destino.

Son innumerables las teorías desarrolladas alrededor de la comunicación que construyen modelos diversos y de diferente complejidad, pero este trabajo no pretende profundizar en ellos; lo que si se puede afirmar es que gran parte de lo que las tecnologías de la información ofrecen a la gestión escolar es la oportunidad de ampliar las formas en que las instituciones educativas comunican sus mensajes, bien sea a través de imágenes o textos, que permitan informar, divulgar y consultar, en últimas, hacer partícipes a otros de lo que se tiene y se vive en ellas. En este sentido, es importante tener presentes las características de la tecnología de la información, que el autor considera importantes si se piensa en el ámbito educativo: ésta debe ser interactiva, es decir, que permita establecer relaciones con usuarios y funcione en la medida en que éstos van respondiendo; adaptativa en la medida en que se acomoda a las necesidades, preferencias y gustos del usuario; amigable, para lograr facilidad en su manejo y uso; y multimedia, permitiendo el uso de imágenes, sonido, datos, etc.

Se hace necesario mencionar lo que se entiende por gestión escolar, ya que ésta

¹⁴ CABERO ALMENARA, Julio. Tecnología Educativa. Diseño y utilización de medios en la enseñanza. Editorial Paidós 2001

se ve favorecida por el desarrollo de una herramienta comunicativa como es una página web.

En pocas palabras, y de acuerdo con lo planteado por Corpoeducación, la gestión escolar se entiende como el conjunto de procesos que inciden en el funcionamiento de las instituciones educativas y en los resultados de los estudiantes, dado un contexto y unos recursos.¹⁵

Por otra parte, Fernando Vera afirma que la gestión escolar *“puede ser entendida como la capacidad de dirigir una organización educativa teniendo como principal foco la generación de aprendizajes, e involucrando a las diversas dimensiones que allí se dan cita.”*¹⁶ De acuerdo con este autor, el concepto de gestión proviene del medio empresarial, hace énfasis en el trabajo en equipo y tiende a generar procesos de diagnóstico, planificación, implementación y evaluación del quehacer pedagógico de la institución educativa.

Sin embargo, la gestión escolar es más compleja que la empresarial, ya que contempla una función formadora que involucra los valores necesarios para que las personas puedan aportar algo a su sociedad, a través de la producción de aprendizajes y saberes.

En este sentido Vera cita a Pozner, quien frente al concepto de gestión escolar plantea que ésta puede ser entendida como *“el conjunto de acciones, articuladas entre sí, que emprende el equipo directivo en una escuela, para promover y posibilitar la consecución de la intencionalidad pedagógica en y con la comunidad educativa”*¹⁷.

Por otra parte, agrega el autor que la gestión escolar tiene que ver con el gobierno

¹⁵ www.corpoeducacion.org.co. Corpoeducación es una asociación civil sin ánimo de lucro dedicada a generar conocimiento y propuestas para el mejoramiento de la educación en el país. Revisado julio 2009

¹⁶ VERA, Fernando. Gestión escolar: precisando el concepto. Chile. Julio 2006

¹⁷ POZNER, P. El Directivo como Gestor de Aprendizajes Escolares. Buenos Aires. 2000.

y la toma de decisiones a nivel de la institución educativa, en la cual los procesos son de índole participativos para poder generar decisiones colectivas. *“La gestión escolar supone, en consecuencia, una nueva forma de comprender y conducir la organización escolar de tal manera que la labor cotidiana de la enseñanza llegue a ser un proceso práctico generador de decisiones y comunicaciones específicas que tienden al mejoramiento de las prácticas educativas, a la exploración y explotación de posibilidades, y a la innovación permanente como proceso sistemático.”*¹⁸

Indudablemente, la implementación de una página web favorece la gestión escolar y la innovación de las herramientas utilizadas para la comunicación, al ofrecer servicios que disminuyen costos, tiempos de envío, uso de papel y por lo tanto, tienden a proteger nuestro medio ambiente. Adicionalmente, una página web integra a los actores de la comunidad educativa en la medida en que les brinda un lugar de encuentro y participación de la información relevante para todos. *“Las organizaciones han adoptado nuevos métodos de darse a conocer, comunicar y vender. Las universidades y colegios cuentan con portales donde los públicos pueden consultar a través de internet todo tipo de información, interactuar, participar en foros y discusiones, sin desplazarse a un sitio físico, sólo desde su computador conectado a una red de internet. El portal de una institución educativa es una buena forma de permitir que alguien que desee información de la institución, pueda encontrarla fácil y rápidamente”.*¹⁹

De manera específica, el portal de un colegio implica un avance en la eficacia de la comunicación entre padres, alumnos y profesores, una mejor divulgación de los contenidos y documentos que resultan importantes para mantener la identidad de la institución y un fortalecimiento de la gestión dentro de ésta.

¹⁸ VERA, Fernando. Gestión escolar: precisando el concepto. Julio 2006

¹⁹ TORRES DUQUE, Olga Cecilia. Propuesta para el rediseño del portal del Colegio Santa Francisca Romana. TC – 252.2007 – 006. Universidad de la Sabana. Chía. 2007

CAPÍTULO III. DISEÑO METODOLÓGICO

3.1 ENFOQUE Y MÉTODO

Partiendo de la concepción del enfoque cualitativo, presentada por Gómez, Gil y García, quienes plantean que *“la investigación cualitativa considera la realidad como dinámica, global y construida en un proceso de interacción con la misma”*,²⁰ este trabajo se ubica claramente dentro de este enfoque, si se tiene en cuenta que de acuerdo con los autores *“parte de una realidad concreta y los datos que ésta le aporta para llegar a una teorización posterior”*²¹, teniendo presente las perspectivas de diferentes participantes y haciendo uso de técnicas que dan cuenta de particularidades, para llegar a una descripción de nuestro objeto de investigación.

En esa medida, este es un trabajo de carácter participativo en tanto pretende mejorar las condiciones de nuestra comunidad, y combina la investigación y la acción en el campo de las comunicaciones, específicamente lo relacionado con la página web. Es el contexto del Colegio el que constituye una valiosa fuente de información para esta investigación, se tienen en cuenta las percepciones, las diferentes perspectivas, las necesidades y se hace especial énfasis, en los procesos que se dan alrededor del website del Colegio.

3.2 GRUPO DE TRABAJO

El grupo de trabajo está conformado principalmente por las estudiantes Skarlett Eger y María Angela Torres, que cursan la Especialización en Gerencia Educativa en la Universidad de La Sabana; ellas se desempeñan en el colegio Marymount

²⁰ RODRÍGUEZ GÓMEZ, Gregorio; GIL FLÓREZ, Javier y GARCÍA JIMÉNEZ, Eduardo. Metodología de la Investigación Cualitativa. Ediciones Aljibe, Segunda Edición. Málaga, 1999

²¹ Idem.

como profesora de ciencias y directora, respectivamente. En esa medida, cuentan con el apoyo institucional y con los recursos necesarios para desarrollar este plan de mejoramiento, bajo la asesoría de PS Manager como firma consultora y con la participación activa de la directora administrativa y el Coordinador de Medios del Colegio quienes constituyen el comité de página web del Colegio. Los representantes de la firma asesora son el gerente de proyectos de PS Manager, un publicista a cargo del diseño, un coordinador de proyecto y un programador, quienes junto con el comité del colegio conforman el equipo total de trabajo. Es interesante anotar tres elementos importantes de este grupo: en primer lugar, el publicista es un padre de familia del colegio, muy cercano y colaborador. Por otro lado, la firma asesora es la misma que desarrolló la página vigente y por último, la persona a cargo de la administración de dicha página web era la directora administrativa, presente en el equipo actual.

3.3 EXPLORACIÓN Y PREPARACIÓN DEL CAMPO DE ACCIÓN

La sensibilización de la comunidad educativa se hizo en diferentes momentos con cada uno de los grupos que se pretendía abordar, de forma tal que se utilizaron espacios como las reuniones de consejo académico, de departamentos y del consejo estudiantil; la entrega de notas se utilizó para contactar directamente a los padres de familia.

3.4 SELECCIÓN Y MUESTRA

La población total del colegio está conformada por 1010 alumnas desde preescolar hasta bachillerato, 860 familias, 102 profesores y 40 personas administrativas.

Para este trabajo se tomó una muestra de 300 familias que representan el 35% del total de familias del colegio, a quienes se aplicó la encuesta diseñada para tal fin;

de las alumnas se tomó como muestra a las 20 niñas de bachillerato que conforman el consejo estudiantil, instancia que por naturaleza es representativa de las alumnas.

En el caso de los profesores se decidió que a través de los jefes de departamento (11 en total), se resolviera la encuesta durante una reunión de cada área en compañía de todos los docentes que conforman ese grupo. Por su parte, las tres coordinadoras de nivel (preescolar, primaria y bachillerato) también participaron en la aplicación de la encuesta de manera individual, para un total de 14 encuestas diligenciadas de la parte académica.

La parte directiva estuvo representada de manera activa por la directora administrativa y la directora del Colegio, que conformaron parte del equipo a cargo de este proyecto e hicieron sus aportes a lo largo del desarrollo del mismo.

3.5 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN E INSTRUMENTOS

La información se obtuvo a través de encuestas (Anexos 11, 12 y 13) aplicadas a 3 grandes grupos representantes de la comunidad (padres de familia, alumnas y profesores), para quienes la página web resulta una herramienta importante de comunicación con finalidades particulares para cada caso, razón por la cual las preguntas formuladas en cada encuesta, según el grupo, tienen características y contenidos distintos. Dichas encuestas fueron aplicadas durante el mes de febrero de 2009.

El diseño de la encuesta a padres y alumnas contempló dos preguntas con respuestas de “si o no” y una de varias opciones para señalar, sin calificar prioridad en la respuesta y sin limitar el número de éstas. Para la formulación de este tipo de pregunta se utilizó la información obtenida de la fase inicial de este proyecto, en la que se exploraron páginas web de otros colegios, en relación con

algunas secciones que éstas contemplaban y que resultaba interesante explorar si eran pertinentes para nuestra comunidad.

En la encuesta para los profesores se utilizó la modalidad de pregunta abierta en todos los casos, ya que interesaba conocer las necesidades que quisieran expresar.

El objetivo de la aplicación de la encuesta fue el de conocer la opinión sobre la página del colegio y las necesidades que cada grupo de la comunidad tenía frente a esta herramienta. El haber realizado el ejercicio participativo desencadenó un efecto positivo en la comunidad, ya que llevó el tema a una serie de espacios informales como son las conversaciones de pasillo, las horas de almuerzo, los encuentros casuales al llegar en la mañana y las reuniones alrededor del café. De esta forma, se generó un ambiente en el que se enriqueció la información obtenida formalmente a través de las encuestas.

3.6 PLAN DE ACCIÓN

Cuadro 1

Plan de acción

ACTIVIDAD	RECURSOS	RESPONSABLES	INDICADOR	TIEMPO
1. Asesoría por parte de la firma que maneja la estrategia de comunicación de la página Web en el colegio.	Equipo humano de trabajo conformado por la firma asesora y por el comité responsable de la página web del colegio.	Firma asesora de estrategia web: PS Manager. Trabajan con el colegio hace 5 años cuando se desarrolló la primera página web del colegio. Para este nuevo proyecto se contactará en enero 2009. En el proyecto participarán la directora	Dos reuniones	Sesiones de hora y media en el lapso de dos semanas, durante enero 2009.

		<p>administrativa, la directora y la coordinación de medios, como equipo de trabajo del colegio (comité página web Marymount), en el cual se apoyará el grupo de investigación.</p> <p>Los recursos necesarios para llevar a cabo el proyecto están incluidos en el presupuesto anual del colegio, en el rubro de comunicaciones.</p> <p>El equipo de trabajo del colegio tiene contemplado dentro de sus funciones este proyecto por lo que no se requerirán recursos adicionales.</p>		
<p>2. Revisión de 5 páginas Web de otros colegios y universidades e incluso empresas, teniendo en cuenta contenido y diseño, con el fin de contrastar los hallazgos con el contenido de la página actual y para actualizarnos sobre lo que se ofrece en el mercado a través de este medio.</p>	<p>Recurso humano, constituido por el personal del colegio y de la firma asesora; información sobre direcciones electrónicas de diferentes instituciones.</p>	<p>Dirección, asistente de dirección, coordinación de medios y firma asesora</p>	<p>Páginas revisadas en un período de dos semanas.</p>	<p>Primeras dos semanas del mes de febrero 2009.</p>
<p>3. Detección de</p>	<p>Para la tabulación de la</p>	<p>Proceso liderado por la asistente de</p>	<p>La encuesta debe aplicarse a</p>	<p>Dos últimas semanas de</p>

necesidades por parte de la comunidad educativa, a través de encuesta a padres y sondeos con profesores y alumnas.	encuesta se contará con la participación del la coordinadora de calidad. No se requieren otros recursos.	dirección y por el coordinador de medios, con la participación de la coordinadora de calidad del colegio.	mínimo una tercera parte de las familias y de las alumnas del colegio, en especial de bachillerato. El sondeo con los profesores se realizará a través de lluvias de ideas en el consejo académico. Total familias 860. Total alumnas 1000.	febrero 2009.
4. Definición entre el comité de la página web y la firma asesora, del alcance del proyecto de la nueva página, teniendo en cuenta las modificaciones que se realizarán al mapa de navegación (nuevas secciones y aplicaciones, nuevo contenido).	Tiempo disponible para las reuniones.	Firma asesora y comité página Web	Mapa de navegación de la página que responda a las necesidades planteadas y que sea financieramente viable para el colegio, es decir que la propuesta económica del proyecto no supere los 65 millones de pesos.	Cuatro reuniones en 1 mes.(Marzo)
5. Presentación y discusión de la propuesta de	Propuesta de mapa de navegación y tiempo del	Firma asesora y comité página web.	1 reunión de una mañana completa.	1 reunión de cuatro horas la primera semana de

diseño y económica presentada por parte de la firma asesora, una vez se haya definido el mapa de navegación de la nueva página con el respectivo comité.	equipo de trabajo (firma asesora y comité de página Web Marymount)			abril 2009
6. Presentación de la propuesta de la página Web, para aprobación por parte de la Junta de Directores.	Instalaciones del colegio, video beam, miembros de la Junta de Directores.	Firma de asesores y comité página Web	1 reunión de la Junta de Directores.	1 sesión de dos horas. Abril 2009.
7. Presentación del cronograma para el desarrollo del proyecto.	Video beam, tiempo para reunión, instalaciones del colegio. Dinero para hacer el primer pago a la firma asesora.	Firma de asesores.	Entrega del cronograma del desarrollo del proyecto.	Última semana abril 2009.
8. Actualización, recopilación y envío de contenido necesario para cada una de las secciones de la nueva página.	Tiempo de los miembros del comité página web Marymount. Contenido de la página web actual.	Comité página Web Marymount.	Cada una de las secciones principales de la página debe tener su contenido correspondiente.	Mayo 2009.
9. Presentación de la propuesta	Propuesta de diseño y contenido;	Firma asesora	Cumplimiento de los parámetros	1 reunión de cuatro horas, primera

final de diseño y contenido de la página Web por parte de la firma asesora.	manual de imagen corporativa del colegio.		establecidos para el manejo de la marca del colegio.	semana de junio 2009.
10. Desarrollo del proyecto.	Tiempo y recurso humano de la firma asesora (diseñador, programador, gerente de proyecto).	Firma asesora.	Tener un reporte parcial en agosto 2009.	Tres meses junio, julio y agosto 2009.
11. Entrega de la nueva página.	Firma asesora y comité página web Marymount, instalaciones del colegio, video beam. Webmaster contratado tiempo completo por el colegio.	Firma asesora	Recibir en la primera fase al menos el 80% de la nueva página funcionando, con el contenido y las aplicaciones completas.	Segunda semana de septiembre 2009.
12. Implementación de la página Web, que comprende el lanzamiento, la divulgación a la comunidad educativa y la retroalimentación de las situaciones que se presenten.	Reuniones con los diferentes grupos que conforman la comunidad educativa (alumnas, padres, profesores y administrativos)	Dirección y directora administrativa del colegio.	1 reunión con cada uno de los grupos (consejo académico, izada de bandera, reunión de padres coordinadores, asamblea de padres)	Septiembre y octubre 2009.

CAPÍTULO IV. DESARROLLO DEL PROYECTO

4.1 ANTECEDENTES Y ORIGEN DE LA PROPUESTA

Los resultados de la encuesta de satisfacción del cliente aplicada en febrero de 2008 a 120 familias de alumnas de pre-escolar, primaria y bachillerato (15.5% de la población real), en la que se evaluaron los aspectos académico y formativo, de comunicación, de servicio y bienestar, hicieron evidente que en el área de comunicación se presentan importantes oportunidades de mejora; asimismo, la encuesta aplicada a los diferentes estamentos del colegio ese mismo año, deja ver cómo la página web es considerada un aspecto positivo que requiere de estrategias para mantener los niveles de satisfacción, su buen desempeño y su funcionalidad a la comunidad educativa.

Partiendo de estos resultados, el Colegio consultó a la empresa PS Manager, firma asesora en estrategia web que había desarrollado hace unos años la página que el colegio tiene en la actualidad y quienes presentaron una serie de argumentos a favor del inicio del proceso de la actualización de la página, dentro de los que cabe destacar el informe del comportamiento de la página web durante el año calendario anterior (anexo 14). El mencionado informe deja ver a través de los indicadores analizados en relación con el número de visitantes que ingresan a la página más de una vez, el número de visitantes únicos y la cantidad de secciones vistas por el total de visitantes, que el website había logrado un muy buen tráfico durante este último año.

En ese momento, marzo 2008, PS Manager propuso por primera vez, iniciar la actualización del diseño y del contenido de ésta, para ampliar los servicios y beneficios que la página ofrecía a la comunidad, así como para fortalecer la identidad institucional a través de esta herramienta. Un aspecto técnico importante de la propuesta realizada por la empresa consultora, tenía que ver con el cambio

del administrador de contenidos, que representaba un importante avance tecnológico, ya que el que se tenía en el momento presentaba limitaciones en la administración de algunos contenidos. En pocas palabras lo que se pretendía era que el manejo de la información presentada como texto, imágenes o video pudiera ser más ágil y autónomo de lo que era hasta el momento; sin embargo, las bases de datos afectadas por sistemas de información internos, seguirían siendo manejadas por la empresa consultora.

4.2. DECISIÓN DE CAMBIO DE LA PÁGINA

Esta propuesta empezó a desarrollarse a partir de enero de 2009, de la mano de la empresa asesora, cuando se dio inicio al plan de mejoramiento que constituye el propósito de este trabajo.

La constitución del equipo de trabajo incluyó, de parte del Colegio, a la directora administrativa, la directora y el coordinador de medios, que conformarían el “comité de página web Marymount”. Por su parte, PS Manager participaría con el gerente de proyectos, el publicista, el coordinador del proyecto y, el programador y el diseñador, quienes habían desarrollado la página anterior y conocían los avances que podían introducirse a nivel del administrador de contenidos y otros aspectos que enriquecerían al website, y que se convertirían en el eje del trabajo a realizar.

Para entender la decisión de mejorar y rediseñar la página del colegio es importante anotar el alcance que tiene la página actual, que fue pensada para dar a conocer elementos del PEI del colegio y atraer nuevas familias, así como para prestar dos servicios fundamentales a los padres de familia del colegio; por una parte, ofrecer la posibilidad de hacer los pagos en línea y por otra, enviar las circulares, buscando mayor efectividad en su recepción por parte de los padres, además de favorecer el ahorro de papel y el cuidado de nuestro medio ambiente.

Adicionalmente, la página cuenta con una sección llamada EL CORCHO, a través de la cual se da a las alumnas un espacio para publicar fotos sobre sus actividades, además de poder aprender sobre la administración de contenido en una página web.

En otras palabras la pretensión de este sitio web no ha sido cubrir toda la información que una institución educativa genera, ni establecer comunicación con la totalidad de su comunidad, hasta tal punto que los profesores visitan muy poco el sitio y las alumnas ingresan sólo para acceder a EL CORCHO. Adicionalmente, fue a partir de algunas necesidades en la administración de esta sección, que la empresa asesora insistió en mejorar el administrador de contenidos y finalmente actualizar el diseño de toda la página, dándole mejores servicios y mayor cubrimiento a todos los miembros de la comunidad escolar. Por otra parte, es importante tener en cuenta, que el cambio en la imagen corporativa realizado en el año 2006 constituyó un elemento decisivo para el rediseño y el fortalecimiento de la imagen del colegio hacia el exterior.

Este equipo de trabajo acordó que el proyecto que se pretendía desarrollar no podía desconocer las necesidades y expectativas propias de la comunidad educativa, ni la realidad del entorno competitivo. Por lo tanto, la primera fase del trabajo se planteó como una exploración de las propuestas web de colegios amigos, así como de las necesidades propias del Marymount.

4.3 REVISIÓN DEL ENTORNO COMPETITIVO

La primera tarea del comité de página web del Colegio consistió en revisar algunas páginas web de colegios cercanos, entre las que se escogieron las de aquellos que representan algún tipo de competencia en el mercado. El reporte de esta revisión se redujo a cinco colegios de Bogotá, sin importar si estos eran femeninos, mixtos o masculinos, pero todos dirigidos al mismo segmento del

mercado. Los criterios a observar tuvieron en cuenta las secciones del menú principal, el manejo del color, el diseño, los contenidos y los servicios que ofrece cada una de ellas a la comunidad. También se hicieron algunas anotaciones sobre la navegabilidad y la información disponible, tanto de manera pública como privada.

Cuadro 2
Entorno competitivo

Colegio	Manejo Imagen Corporativa	Navegabilidad y Acceso a la Información	Nivel de actualización	Diseño
1	Clara y consistente. Respeto ciertos parámetros.	Tiene claramente identificada las secciones, es ordenada, el acceso a la información es eficiente, ofrece y deja ver los servicios que presta el colegio a la comunidad, maneja información pública y privada con contraseña, en general es de fácil navegación, se pueden extraer buenas ideas sobre secciones innovadoras. Es evidente que es un medio de comunicación importante dentro del colegio.	Los contenidos están recientemente actualizados, señala las nuevas secciones.	Hay equilibrio entre texto e imágenes. Es un diseño dinámico y amable. Tiene una ventana que maneja información que invita a leer.
2	Maneja los colores institucionales.	El acceso a la información está organizado a través de secciones presentadas en la página de inicio lo que la hace un poco pesada y obliga al usuario a ubicarse en el tema de interés sin brindarle mucha información para tomar la decisión. Gran parte de las secciones son privadas. Acceder a la información que se necesita requiere de un mayor número de clicks.	La información que se encuentra es adecuada y la mayoría de secciones están al día.	El tamaño de la fuente es muy pequeño. El diseño es rígido y un poco pesado. Tiene demasiadas imágenes.
3	Usan los colores de la imagen corporativa y destacan la misión del colegio.	Presenta demasiadas opciones para el usuario, tiene muchos menús y submenús que permiten organizar la información para presentarla de una	La información es actualizada y pertinente.	Es claro y sobrio. No tiene elementos distractores. El cabezote tiene demasiada

		forma accesible. La mayoría de la información refleja lo que el colegio es, está enfocada hacia el lector externo; aunque tiene unas secciones de interés para la comunidad educativa.		información.
4	El manejo de la imagen corporativa no está centralizado en el color sino en el logo del colegio.	No es fácilmente navegable por el volumen de información que presenta.	La información es actualizada y de interés para la comunidad educativa.	No tiene muchos elementos de diseño, se prioriza la transmisión de información.
5	El manejo del color y del logo es evidente.	Tiene muchas sub secciones y permite ubicar fácilmente la información, porque no hay muchas imágenes que distraigan, aunque esto lo hace demasiado rígida. Es fácil de navegar.	La información está actualizada y la mayoría de secciones están habilitadas.	Es un diseño sencillo, tiende a ser rígido a pesar de tener algunos elementos en movimiento. Es frío, no es amable ni amigable. No parece una página web de un colegio.

El resultado de esta revisión permitió establecer los siguientes aspectos relevantes:

- Resulta indispensable reforzar la imagen institucional, el logo símbolo y los colores propios de la imagen corporativa en el diseño. Todas las páginas visitadas son fuertes en este aspecto.
- La home page debe incluir noticias de actualidad sobre la vida escolar; requiere de actualización semanal. La página del colegio No. 4 es muy fuerte en este tema y maneja muy buenas imágenes que invitan al visitante a detenerse en la información; las demás páginas visitadas presentan este elemento de manera similar.
- A la luz de las demás páginas revisadas se encontró que la información de la página actual del Colegio era clara y pertinente, pero se podía ampliar y poner al día, además de incluir material fotográfico más actualizado y llamativo. Se hizo evidente que los servicios prestados a la comunidad eran una gran debilidad de nuestro website, y eso llevó a confirmar la necesidad

de darle un perfil a cada uno de los grupos de la comunidad (alumnas, profesores, administrativos y padres) que le permitiera a cada uno acceder a la información que le resultase de interés, como por ejemplo aulas virtuales, horarios y directorios, reporte de calificaciones, noticias de la vida escolar, etc.

- Se concluyó que la nueva página requería un mapa de navegación que debía contemplar el diseño de dos tipos de menú: el principal, que debía contener la información de acceso público organizada en secciones y subsecciones, y que sería el de consulta para los clientes potenciales, basándose en el que actualmente tenía la página; y el secundario, que incluiría los diferentes perfiles a los que ingresarían los miembros de la comunidad educativa (alumnas, profesores, padres, administrativos) para que se desplieguen los servicios y alternativas que se definirán más adelante. A este segundo menú se ingresaría haciendo uso de un usuario y una contraseña, dando acceso a la información privada correspondiente para cada grupo.
- La revisión de las otras páginas permitió visualizar que el mapa de navegación actual podría servir como base del nuevo y sus secciones resultaban pertinentes, especialmente las de acceso público. Lo importante sería realizar la actualización de estos contenidos por parte del Colegio, teniendo en cuenta que reflejen gran parte de la propuesta educativa institucional.
- Resultó llamativo que la mayoría de los websites visitados tienen en su diseño y navegación el doble menú. Hay algunas diferencias en la proporción de información pública y privada, es decir los contenidos a los que se tenía acceso con o sin contraseña, lo cual está relacionado con los temas de seguridad y confidencialidad de cada institución.
- En el menú principal se deben desplegar las diferentes subsecciones en la medida en que se mueve el cursor, esto le da dinamismo al diseño y le permite al visitante ubicarse mejor dentro de la página.

- El menú secundario comprendería en gran parte, las nuevas secciones de contenido de la página.

4.4 APLICACIÓN DE LA ENCUESTA A LA COMUNIDAD EDUCATIVA Y RESULTADOS

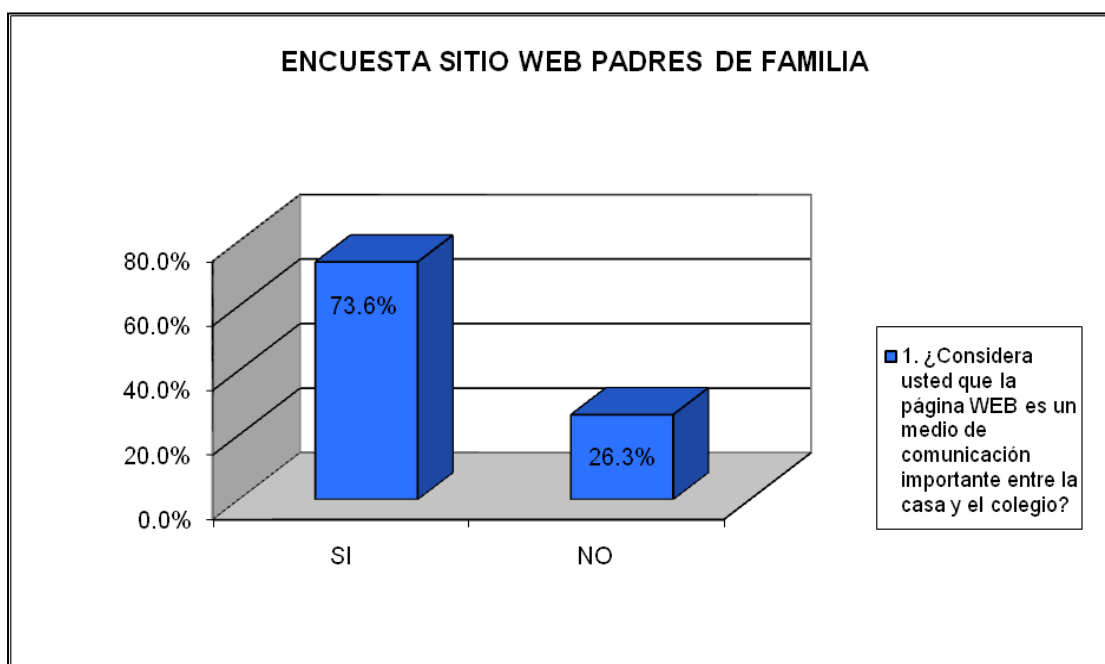
A la vez que se recogía esta información proveniente del entorno, se aplicó una encuesta a padres de familia, profesores y alumnas con el fin de conocer las necesidades de estos grupos y detectar las expectativas frente a una nueva página del Marymount. El instrumento fue aplicado a 300 familias de las 860 del colegio, sin importar si pertenecían a preescolar, primaria o bachillerato. En cuanto a los profesores, la encuesta fue entregada a cada uno de los jefes de departamento que recogió la información en su correspondiente reunión de departamento y por último, las alumnas que participaron en esta fase, fueron los miembros del Consejo Estudiantil, ya que ellas son representantes del grupo de alumnas y constituyen una muestra importante de este grupo.

4.4.1 Padres de familia

Los resultados obtenidos de la encuesta confirman que es importante realizar una actualización de la página, en especial porque la mayoría de los padres (73,6 %) la consideran un medio adecuado para la comunicación con el Colegio. (Gráfica 2)

Gráfica 2

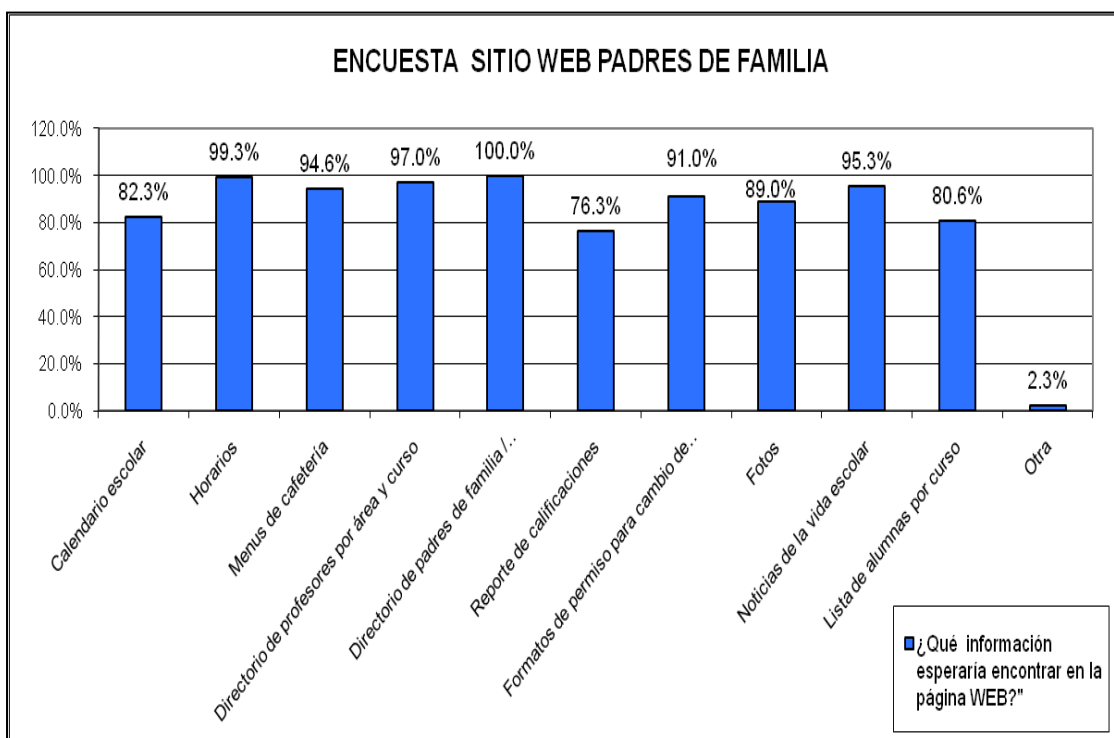
La página WEB como medio de comunicación del colegio según padres



En cuanto a la información que les parece necesaria encontrar en la página (Gráfica 3), se destacan el directorio de padres de familia y alumnas por curso (100%), los horarios (99,3%), el directorio por área y por curso (97%), el menú de cafetería (94,6%), las noticias de la vida escolar (95,3%) y los formatos de permiso para cambio de ruta (91%). De estas secciones, la página anterior contemplaba el menú de cafetería y algunas noticias de la vida escolar, muy pobremente actualizadas. Dentro de la misma pregunta, se les da a los padres de familia la posibilidad de sugerir otra información que desearían encontrar en la página del colegio, el 2,3%, de los padres de familia solicitan la publicación de información o la realización de foros relacionados con temas del proceso de desarrollo de sus hijas, así como una sección para chatear con otros padres del mismo curso y enlaces a donde puedan encontrar información de interés.

Gráfica 3

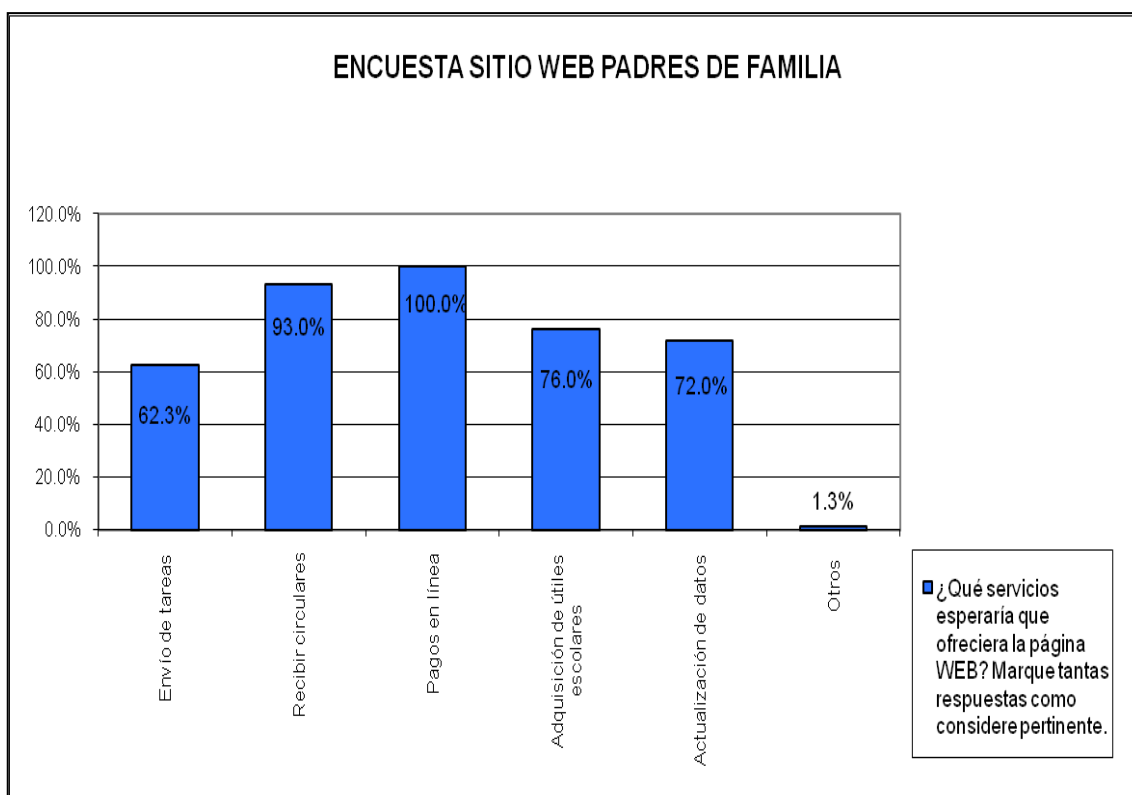
Temas esperados por los padres en la página WEB



En cuanto a los servicios con los que les parece importante contar (Gráfica 4) se mantienen con total receptividad los pagos en línea (100%), seguido del envío de circulares (93%) y la adquisición de útiles (76%). Estos tres servicios los prestaba la página anterior y los resultados confirman que se deben mantener en la nueva propuesta. Por su parte, el envío de tareas (62%) y la actualización de datos (72%) aparecen con menores porcentajes, ya que son nuevas oportunidades de servicio y los padres desconocen su utilidad a futuro. En la parte en la que se solicita sugerir otros servicios el 1,3% de los encuestados señala la necesidad de contar con enlaces como el diccionario Online, la comunicación con una persona de apoyo (terapia ocupacional o del lenguaje) que responda a las inquietudes y brinde estrategias, una sección de juegos para las niñas y la publicación del listado de cosas perdidas.

Gráfica 4

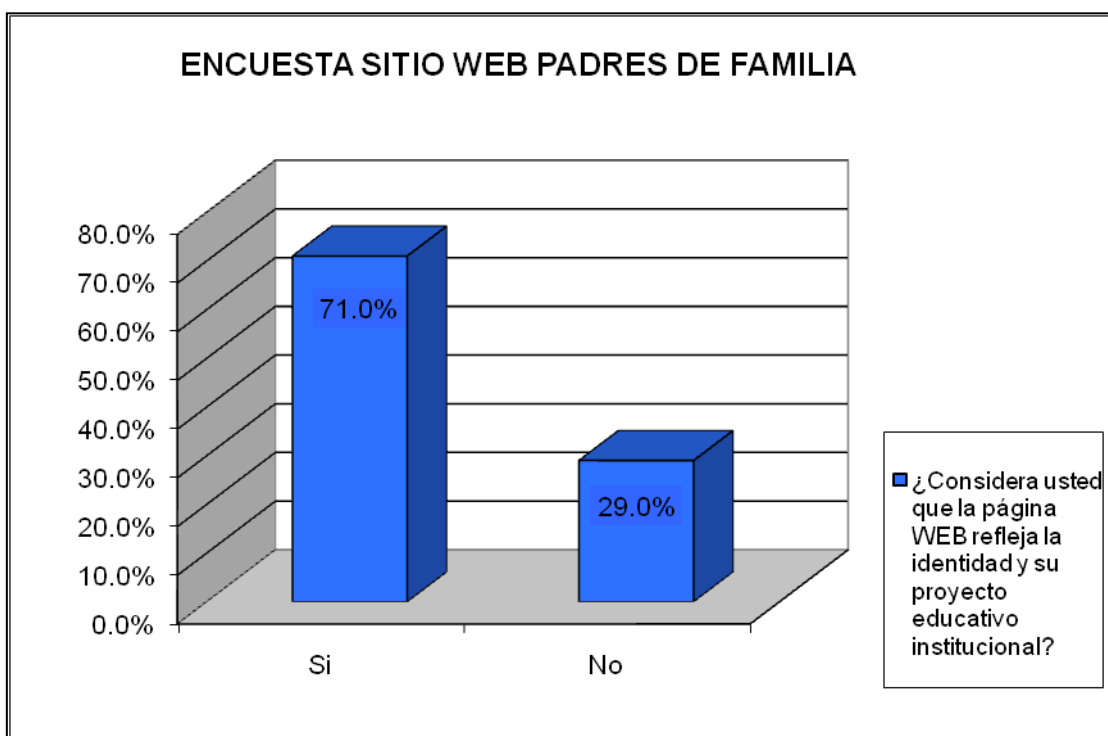
Servicios esperados en la página WEB para los padres



Frente a la pregunta sobre si la página actual refleja la imagen corporativa y el PEI del Colegio, el 71% de los padres de familia encuestados consideran que sí, mientras que el 29% restante no opina lo mismo (Gráfica 5). Lo que quiere decir que en este sentido, sólo se tendrían que hacer algunos ajustes en el diseño y en el contenido.

Gráfica 5

La página WEB como reflejo de la identidad y proyecto educativo institucional según padres

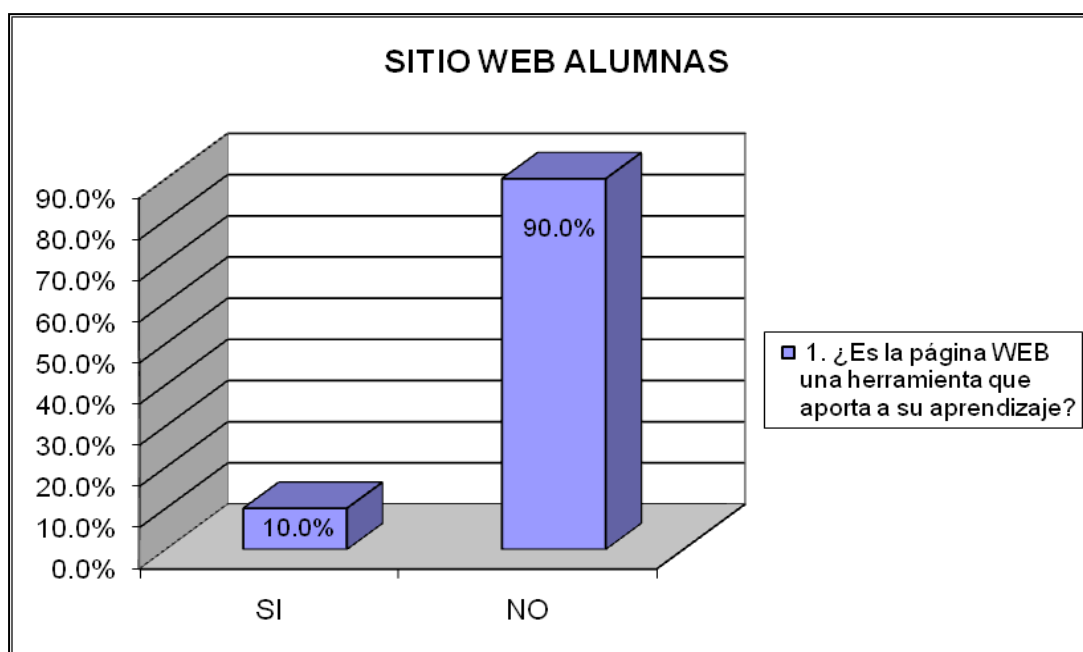


4.4.2 Alumnas

Del grupo de 20 alumnas del consejo estudiantil encuestadas, frente a la pregunta *¿es la página web una herramienta que aporta a su aprendizaje?* Tan sólo el 10% considera que lo es, mientras que el 90% restante no ve la utilidad a ésta, lo cual confirma que la propuesta de una nueva página resulta muy pertinente y urgente para este grupo de la población del colegio (Gráfica 6)

Gráfica 6

La página WEB como herramienta que aporta al aprendizaje según alumnas



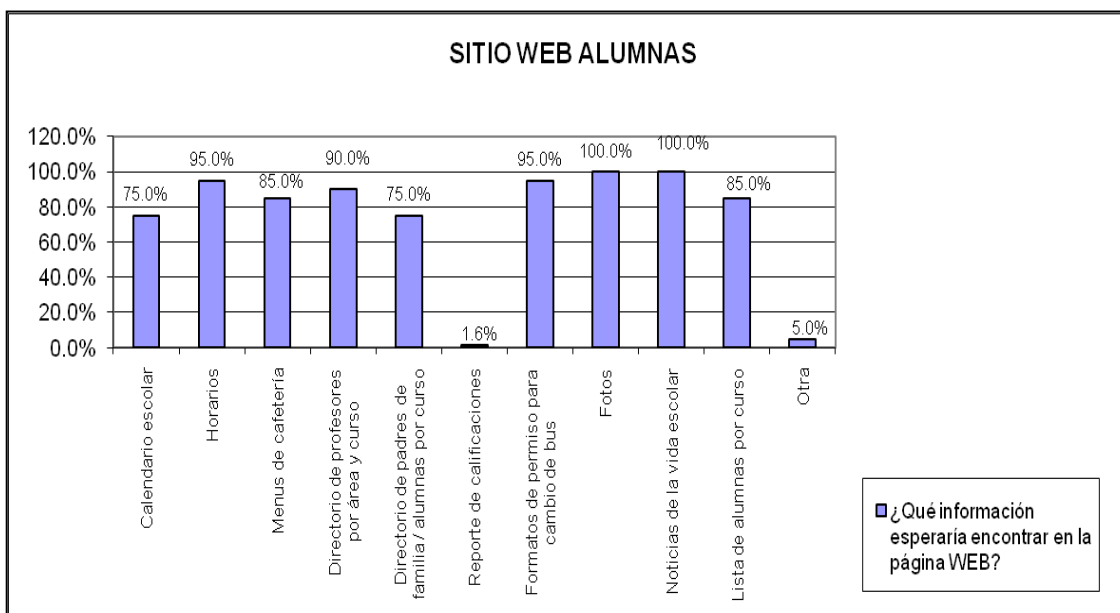
En cuanto a la información que desean encontrar (Gráfica 7), las noticias de la vida escolar y las fotos son las dos respuestas en las que coincide el 100% de las encuestadas, seguida por los permisos para cambio de ruta y los horarios con un 95%. El directorio de profesores por área y por curso obtuvo el 90%, mientras que la lista de alumnas por curso y el menú de cafetería se mantuvieron con un 85% en cada caso. Es claro que las respuestas que obtuvieron mayor nivel de respuesta tienen que ver con los intereses y el uso práctico que le dan las alumnas a la información que se podría publicar en la página; de esta forma van descendiendo los porcentajes en la medida en que se alejan las opciones de los intereses relacionados con la edad.

Por último, y dentro de esa misma lógica, consideran menos necesario el directorio de padres de familia y el calendario escolar (75%) el cual tienen impreso en su agenda escolar, medio a través del cual lo consultan diariamente. El reporte de calificaciones no genera ningún interés significativo en este grupo, aunque a la población de padres pueda resultarle más interesante esta opción.

Llama la atención que sólo en un caso se registraron otras sugerencias de información, relacionadas con las fechas de los partidos de las diferentes disciplinas y los respectivos resultados.

Gráfica 7

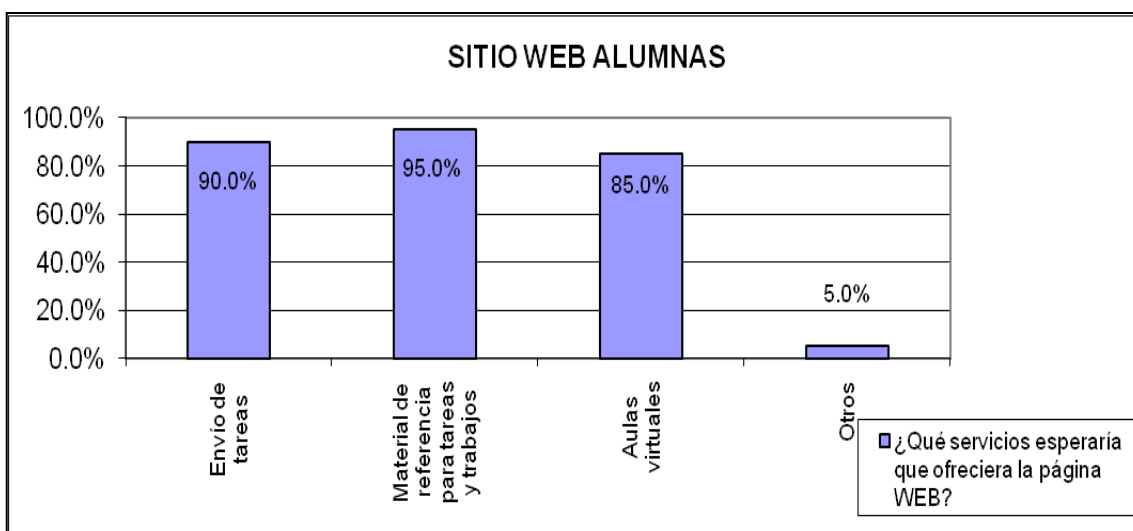
Información que las alumnas esperan encontrar en la página WEB



En cuanto a los servicios que podrían ser ofrecidos a través de la página (Gráfica 8), es muy bajo el nivel de sugerencias por parte de las alumnas (5%) y tiene que ver con tener una sección de avisos clasificados, lo que demuestra que ellas tienen muy bajas expectativas y nociones sobre lo que pueden obtener del website. El aspecto que identifica la mayoría (95%) como más importante es el tener acceso a material de referencia para hacer trabajos y tareas, seguido del envío de tareas (90%) y las aulas virtuales (85%), servicios totalmente nuevos para la comunidad del contexto del Colegio.

Gráfica 8

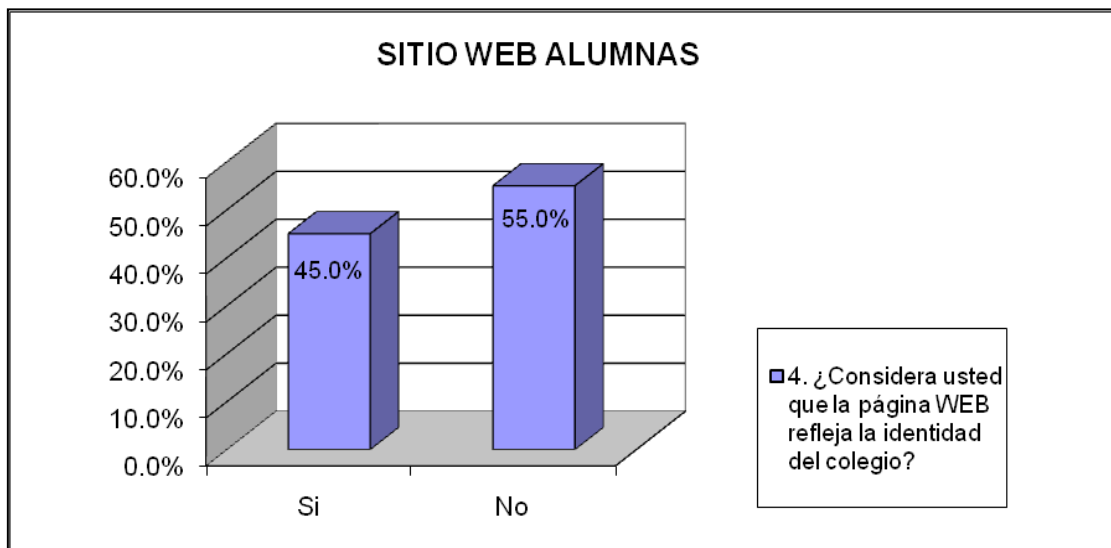
Servicios que las alumnas esperan encontrar en la página WEB



Por último, el tema relacionado con forma en que se reflejan la imagen y la identidad del colegio en la actual página (Gráfica 9), tiene un 55% que considera que esto no se da, mientras que el 45% lo ve claramente. Se concluye que este es un campo en el que se pueden definir acciones contundentes que marquen un cambio con la propuesta actual.

Gráfica 9

La página Web como reflejo de la identidad institucional según las alumnas

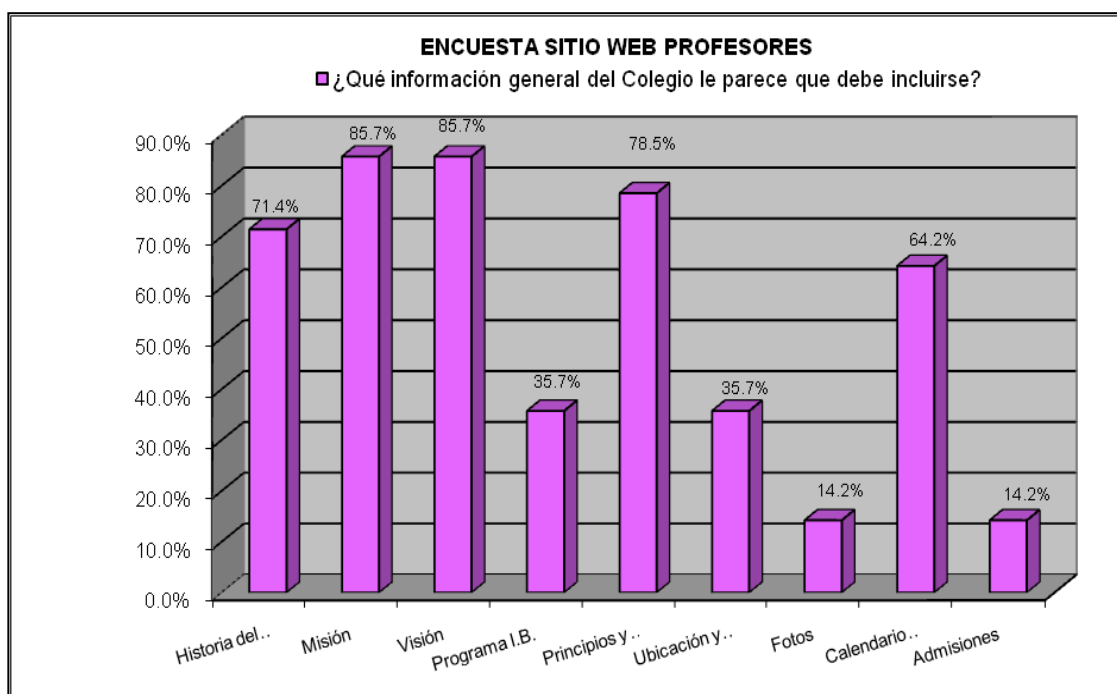


4.4.3 Profesores

De los once departamentos y tres coordinadoras encuestadas, frente a la pregunta ¿Qué información general del colegio le parece que debe incluirse? (Gráfica 10) El 85.7% opinan que la misión y la visión del colegio debe estar presente en la página Web, como también la historia del colegio (71.4%). En cambio tan sólo el 14.2% cree que deben incluirse fotos y el proceso de admisiones.

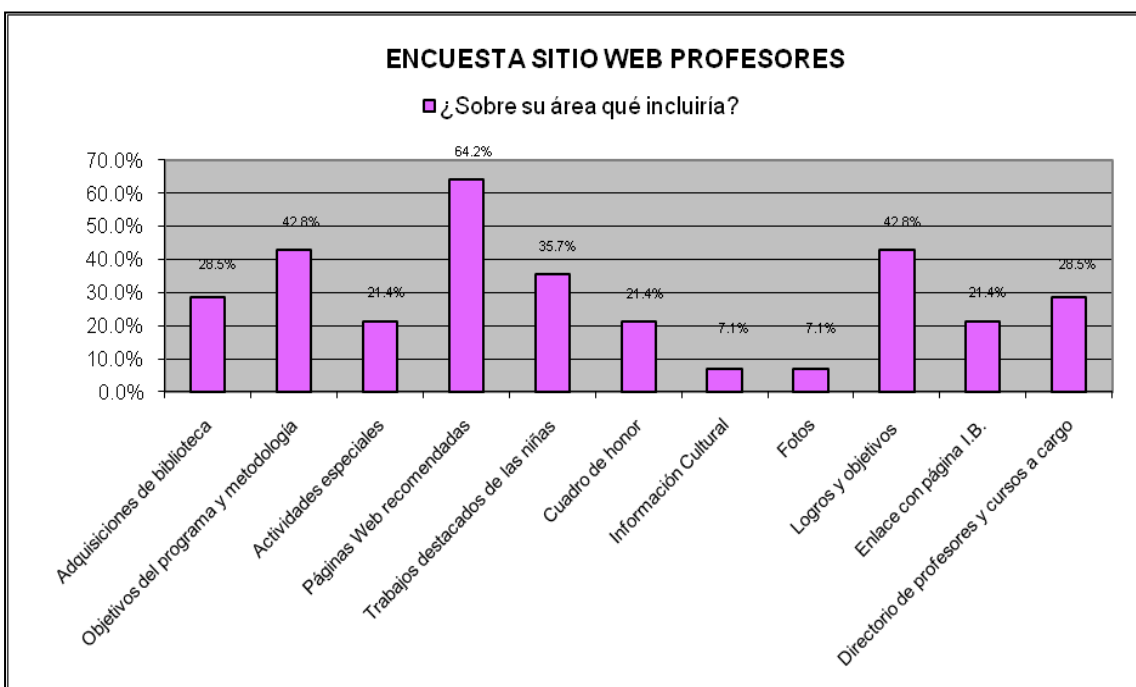
Gráfica 10

Información general del Colegio que debe incluirse en la página web según los profesores



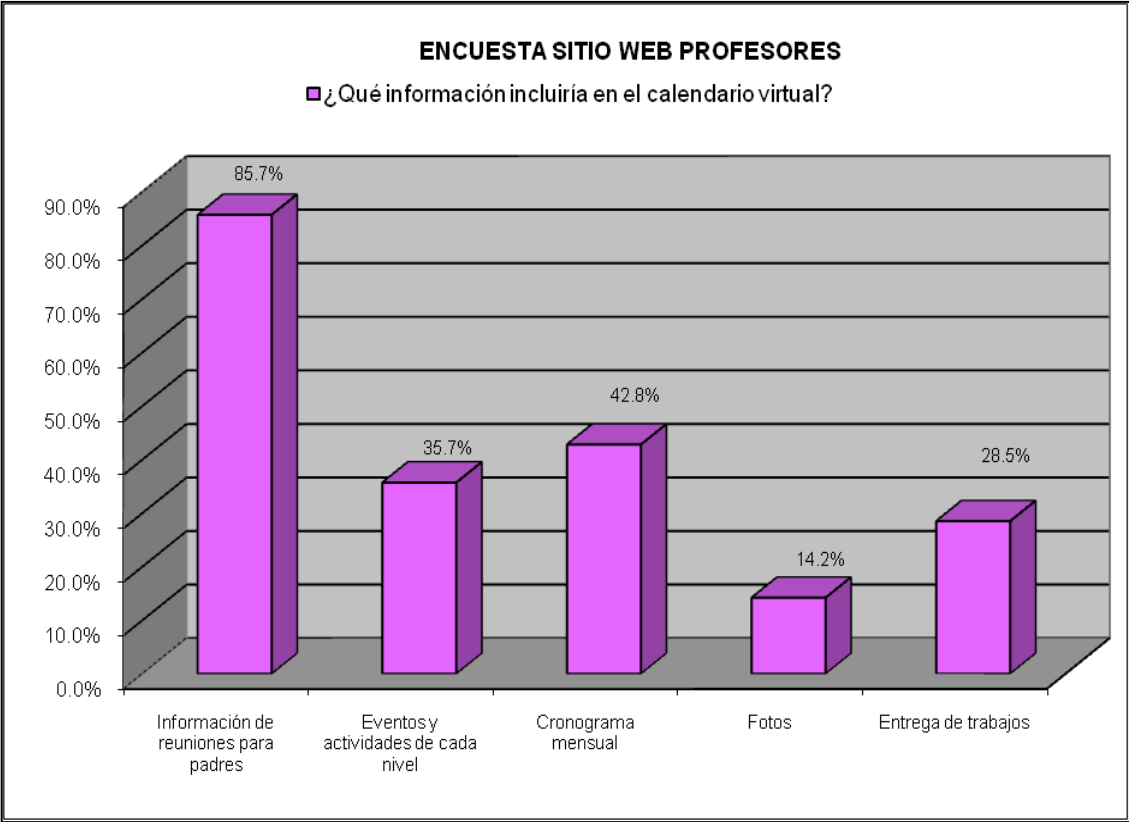
Cuando se les preguntó; sobre su área qué incluirían (Gráfica 11) el 64.2% cree que es importante una sección dedicada a las páginas Web recomendadas, para que las alumnas puedan consultar. Tan solo el 7.1% considera que las fotos e información cultural deberían estar presentes en esta página.

Gráfica 11
Información que incluirían los profesores sobre su área



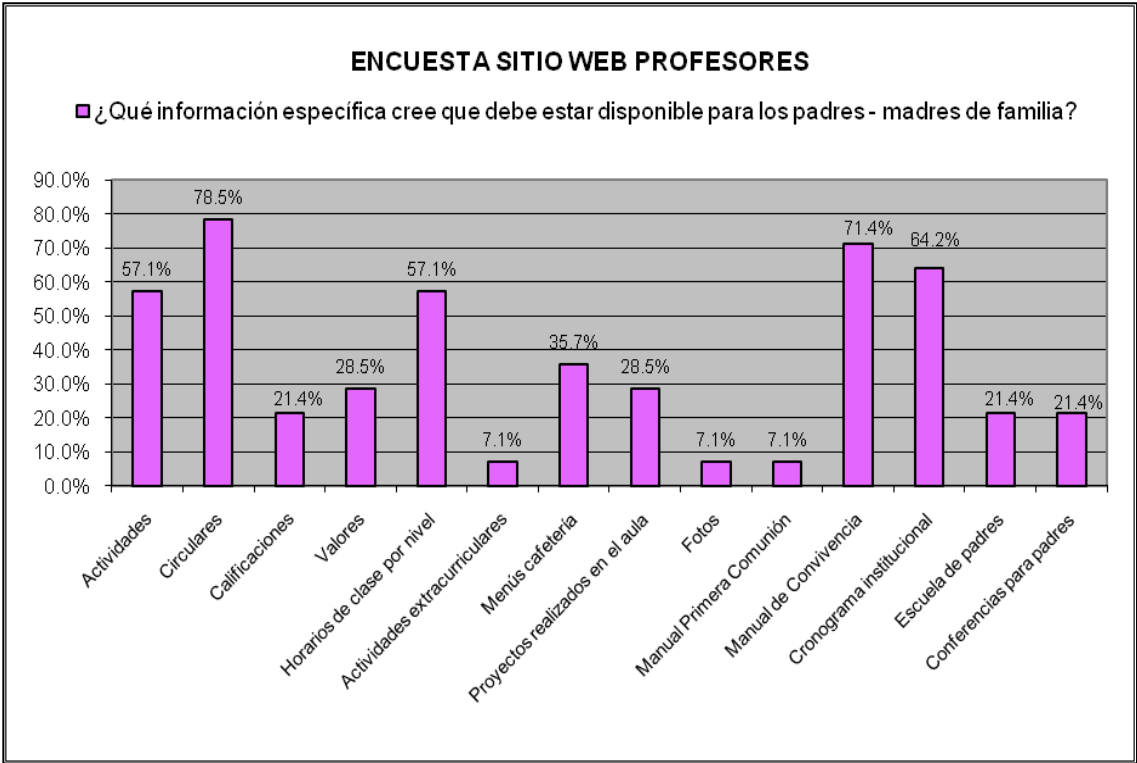
De la información que incluirían en el calendario virtual (Gráfica 12); el 85.7% considera que es pertinente tener en cuenta el tema de reuniones para padres; esto indica la necesidad del profesorado de que los padres de familia estén enterados de todo el proceso que lleva a cabo el colegio. Nuevamente el tema de las fotos tan sólo arroja un 14.2% de interés.

Gráfica 12
Información que incluirían los profesores en el calendario virtual



En cuanto a la información que debería estar disponible para los padres de familia (Gráfica 13), el 78.5% considera que las circulares no deben de faltar. Esto demuestra que los profesores creen que el mejor equipo de trabajo para sacar las niñas adelante lo conforman la casa y el colegio. Tan sólo el 7.1% piensan que las fotos, el manual de primera comunión y la información relacionada con las actividades extracurriculares convendría que estuviera incluida en la página de la institución.

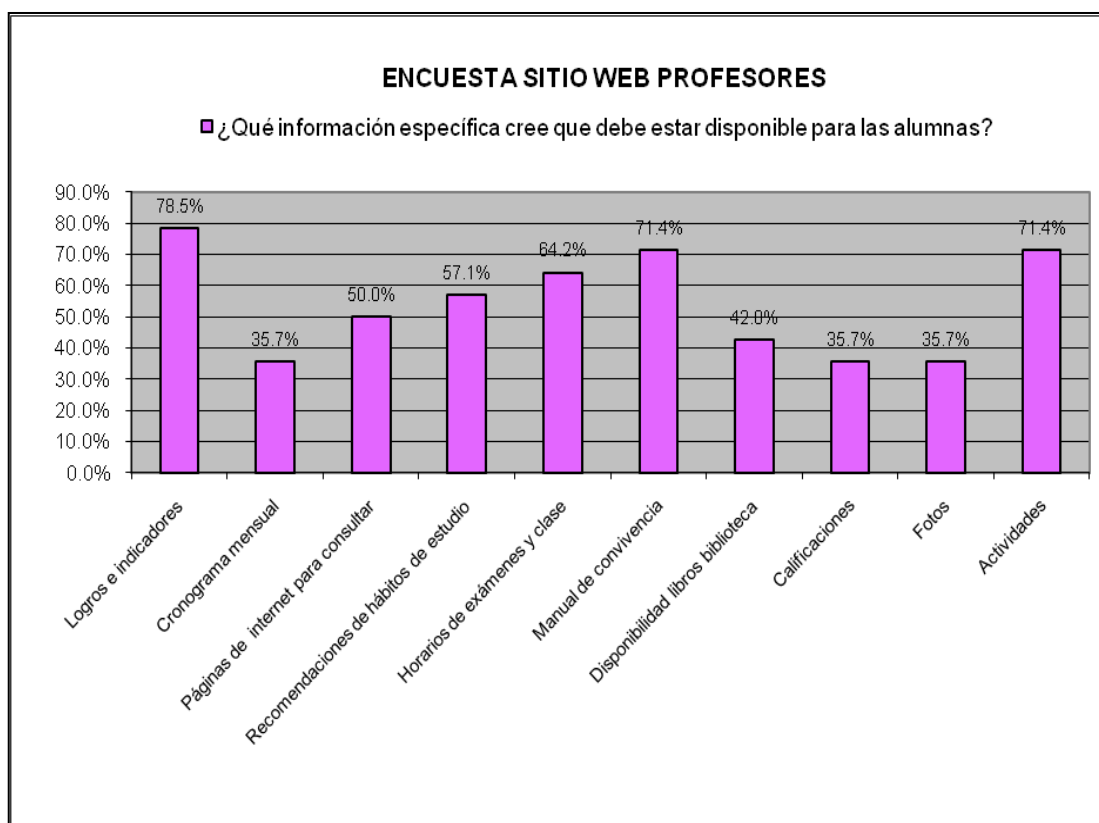
Gráfica 13
Información que debería estar disponible para los padres – madres de familia según los profesores



Los profesores valoran que la información que debería estar al alcance de las alumnas (Gráfica 14) son los logros e indicadores (78.5%) y las actividades del colegio (71.4%).

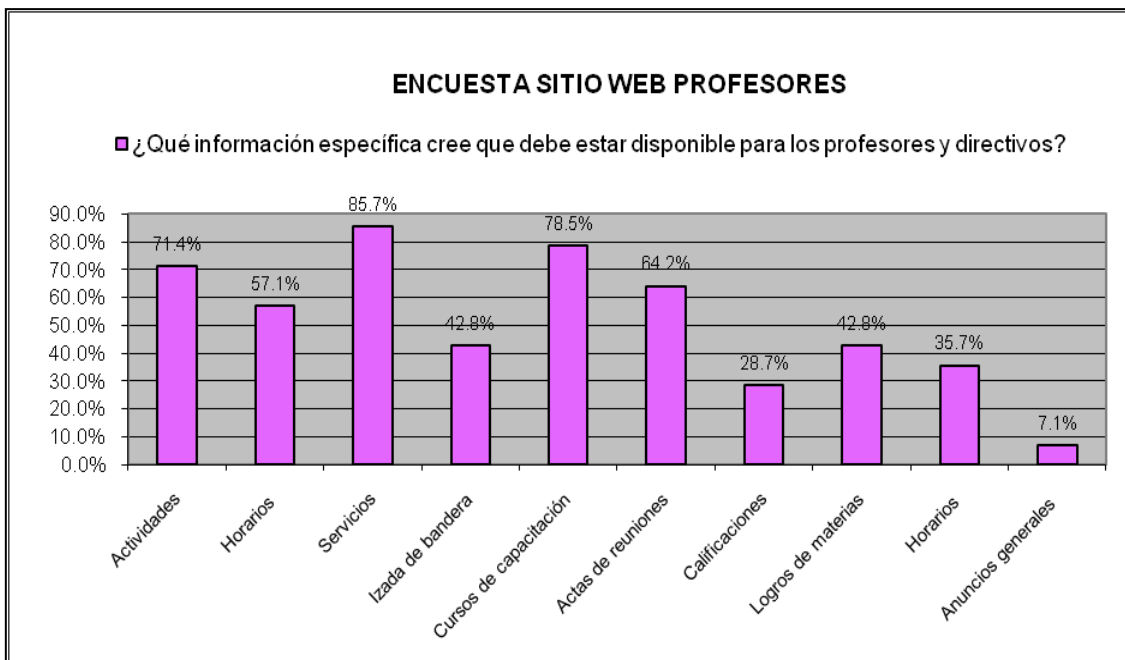
El 35.7% lo obtiene la información relacionada con calificaciones y fotos, como también el cronograma mensual, ya que este está incluido en la agenda estudiantil.

Gráfica 14
Información que debería estar disponible para las alumnas
según los profesores



Cuando los profesores deben responder a la pregunta, sobre qué información debería estar presente para ellos mismos y los directivos (Gráfica 15); el 85.7% opina que los servicios que presta el colegio y a los que pueden ellos acceder son de gran importancia; como también los cursos de capacitación 78.5%. Tan sólo el 7.1% manifiesta que los anuncios generales son importantes; al parecer porque estos son dados cada semana tanto por las coordinadoras como por los jefes de departamento.

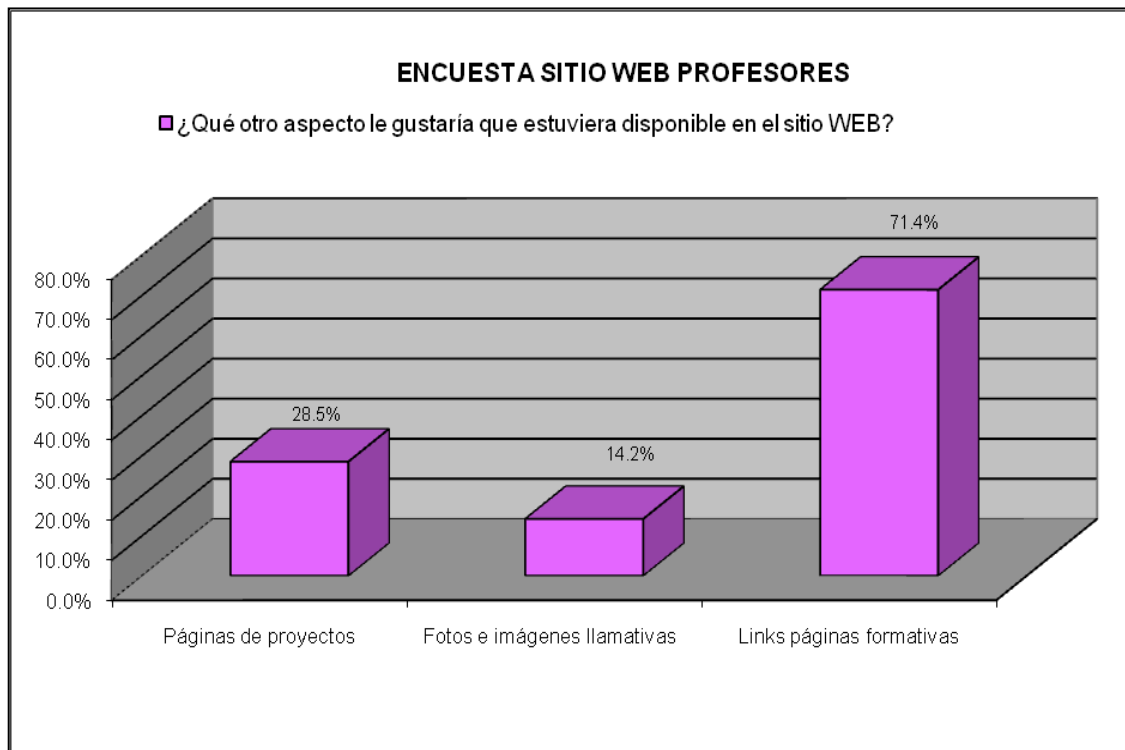
Gráfica 15
Información que debería estar incluida para profesores y directivos según profesores



El 71.4% de los profesores les gustaría encontrar en la página Web del colegio links de páginas formativas, mientras que sólo el 14.2% quisiera tener acceso a fotos e imágenes llamativas. (Gráfica 16)

Gráfica 16

Otros temas que a los profesores les gustaría incluir en la página web



4.5 DEFINICIÓN DEL ALCANCE DEL PROYECTO: MAPA DE NAVEGACIÓN Y CONTENIDOS

Teniendo en cuenta tanto la información obtenida de la revisión realizada y de las encuestas, como los contenidos y el mapa de navegación de la página anterior, se inició el trabajo para definir el alcance del proyecto en términos de lo deseable y lo viable; es decir qué tantas secciones del menú principal de la página anterior debían mantenerse y cuáles modificarse o incluso eliminarse.

Se discutió la necesidad de establecer para la nueva página, un menú adicional al principal, manteniendo éste la información de acceso público, mientras se creaba otro que fuera de uso privado de la comunidad del colegio por lo que se sugirió llamarlo FAMILIA MARYMOUNT. Éste incluiría, un perfil para cada uno de los grupos de nuestra comunidad como son: alumnas, profesores, padres de familia y administrativos, ya que las necesidades de información y servicios, resultaban distintas en algunos aspectos. Esto implicaría un cambio grande en el mapa de navegación, al desplegarse nuevas secciones y aplicaciones. Después de varias reuniones, a comienzos del mes abril 2009, se llegó a un acuerdo sobre la complejidad y el tamaño de dicho mapa en el que quedaron establecidas las siguientes categorías: estructura de navegación (secciones, subsecciones, etc.), aplicación, descripción y responsable de cada una. (Anexo 15).

Por otro lado, los parámetros establecidos por el Manual de la Imagen Corporativa fueron fundamentales para definir el tipo de diseño que se debía trabajar, los colores institucionales (azul oscuro, azul claro y blanco) y el logo que pasó de ser FNM (Fundación Nuevo Marymount) a MARYMOUNT.

A partir de esas decisiones, el grupo asesor se dedicó a trabajar durante aproximadamente un mes en el mapa de navegación, mientras que el equipo del Colegio se encargó de revisar los textos ya existentes y de generar nuevos contenidos, cuando fuera necesario; la parte del material fotográfico que

acompañaría los textos era de gran importancia, ya que permitiría dar una imagen más actualizada a la mayoría de contenidos. En ese sentido, vale la pena anotar que el banco de imágenes del Departamento de Medios era muy numeroso y requería hacer una selección de fotos con algunas características como las que se presentan a continuación: buena resolución, imágenes de alumnas y profesoras en acción, no necesariamente en actitud pasiva frente a la foto, como en efecto sucedía con la mayoría; fotos en las que se vieran las instalaciones del colegio; imágenes de los diferentes grupos de población, como padres, empleados, grupos de edad, personal administrativo, etc.

Con todos estos elementos y una vez se estableció el alcance del proyecto, la firma asesora determinó el valor de la propuesta y lo presentó en abril de 2009 a la Junta Directiva, ente máximo y decisorio del Colegio en este tipo de proyectos, logrando su aprobación por un valor de 50 millones de pesos (Anexo 16 propuesta PSMANAGER).

A partir de la aprobación oficial del proyecto, durante los meses de mayo y junio 2009, se intensificó por parte del equipo del Colegio, el trabajo de actualización y generación de nuevos contenidos. En esta fase, la participación y la comunicación permanente entre los miembros del comité de página web del Colegio, fueron elementos fundamentales para lograr coordinar las actividades de actualización, corrección y creación de textos e imágenes en el tiempo establecido; se trataba de contrastar la información de cada una de las secciones de la página anterior con la realidad actualizada del colegio, corregir redacción y ortografía, eliminar información innecesaria y producir nuevos textos cuando fuera necesario. Esta fase se extendió más de lo esperado, ya que la recolección del material fotográfico resultó dispendiosa al encontrar que la mayoría de las fotos no cumplían las expectativas del diseñador, teniendo que hacer algunas tomas específicas en varias oportunidades.

Mientras estas tareas se realizaban en el Colegio, la empresa asesora establecía

un cronograma para el desarrollo de cada una de las etapas de la página y su nuevo diseño.

4.6 DECISIÓN SOBRE EL DISEÑO

Las propuestas de diseño realizadas por PS Manager fueron analizadas y discutidas en la última semana de junio 2009, por la totalidad del equipo de trabajo de la página web, (colegio y empresa asesora), lo que permitió hacer los comentarios y sugerencias necesarias teniendo presentes las recomendaciones del publicista, padre de familia y miembro del equipo de trabajo, así como haciendo uso los elementos detectados en la revisión de otras páginas web en una fase anterior. Así se definió el diseño de cada una de las plantillas que conformarían la nueva página y se establecieron las aplicaciones que darían lugar a las nuevas herramientas del website, de acuerdo con la estructura del mapa de navegación aprobado.

Se concluyó nuevamente que el material fotográfico que debía aportar el Colegio y que había sido hasta el momento insuficiente, constituía un elemento fundamental del diseño propuesto, ya que tanto los textos, como los cabezotes de cada una de las plantillas correspondientes a cada sección de la página, requerirían fotografías actualizadas y pertinentes.

En cuanto al manejo de la imagen corporativa, el que el Colegio hubiera cambiado previamente su logo y elaborado el correspondiente Manual de Imagen Corporativa, constituyó un importante avance para hacer las aplicaciones adecuadas según los parámetros establecidos y los colores autorizados; lo anterior permitía dar una valiosa unidad al proyecto en este sentido. Por lo tanto, componentes fundamentales en el diseño fueron los colores del colegio y su logotipo, ubicados en los cabezotes de cada sección, acompañados por algunas fotografías que mostraran actividades, personas y lugares del colegio.

Los aportes realizados durante la reunión permitieron antes de finalizar el año escolar 2008 - 2009, establecer y aprobar el diseño, cuyas características esenciales eran ser liviano, limpio, dinámico y moderno.

4.7 DESARROLLO Y ENTREGA DE LA NUEVA PÁGINA

Durante el período de vacaciones, el grupo asesor se dedicó a desarrollar el proyecto de acuerdo con el cronograma propuesto, que en ese momento llevaba un mes de retraso; el mapa de navegación aprobado, los textos y contenidos aportados por el Colegio, fueron elementos que guiaron este desarrollo, de forma tal que a mediados de septiembre de 2009 se realizó la entrega inicial de la página, en la que se incluyeron la totalidad de las secciones del menú principal, quedando pendientes algunas aplicaciones de los perfiles de padres de familia, alumnas y profesores, como son las aulas virtuales y los reportes de calificaciones.

Para el buen desempeño de la nueva página, al iniciar el año escolar 2009-2010 se contrató, tiempo completo, al webmaster que tendría a cargo la administración de la nueva página y la responsabilidad de su manejo.

En el contexto de la izada de bandera del 17 de septiembre de 2009 se presentó la nueva página a la totalidad de alumnas y profesores; se procedió de igual forma, durante los meses de septiembre y octubre, en las reuniones del Consejo Académico, de la Junta de Directores y de Padres Coordinadores de curso respectivamente. Las reacciones de cada uno de los grupos mencionados fueron muy positivas, con gran receptividad al diseño y con la percepción de tener una nueva herramienta muy completa para sus necesidades, aunque no estuvieran todas las secciones activadas en ese momento.

Fue muy importante durante estas reuniones, familiarizar a cada grupo con los nuevos servicios que la página ofrece y dar la capacitación necesaria para su buen uso. En las clases de informática se entregó a cada alumna su contraseña asignada para el acceso a la sección Familia Marymount, y se hizo una inducción en la que se les invitaba a navegar por el website conociendo las nuevas secciones. El webmaster se encargó de distribuir las contraseñas entre los profesores y les dio la asesoría necesaria para ingresar a la página.

A partir de septiembre 2009, la nueva página está al aire en fase de prueba, para posibilitar la detección de aspectos por mejorar y la apropiación de las nuevas secciones por parte de la comunidad.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y PROYECCIONES

El plan de mejoramiento de la página web del Marymount constituyó un ejercicio participativo que deja valiosas experiencias a diferentes niveles e importantes conclusiones, tanto para el colegio como para nosotros como futuras gerentes educativas.

La primera de ellas, es precisamente el hecho de ser un trabajo de carácter participativo; es decir, el haber favorecido la presencia de la comunidad educativa desde el inicio, cuando la encuesta de satisfacción del cliente evidencia la pertinencia del plan de mejora, y en el desarrollo de éste cuando se identifican las necesidades específicas y las expectativas de los diferentes miembros de la comunidad frente a la nueva página.

Aunque es evidente que tener en cuenta en este proyecto, las perspectivas y requerimientos de los diferentes grupos de la comunidad Marymount, para estructurar el mapa de navegación, definir los contenidos y diseñar las aplicaciones para la nueva página, resultó dispendioso en términos del tiempo, complejo por el volumen de información, y por la diversidad de opiniones y visiones presentes, reconocemos que fue mucho más enriquecedor este trabajo, que haber contratado a un proveedor para que desde su visión y conocimiento desarrollara la página que considerara pertinente para el Marymount.

A este respecto resulta particularmente interesante que sean, la diversidad de intereses y opiniones, sumados al volumen de información recolectada, lo que a pesar de haber hecho de esta experiencia algo lento y complejo, le dieran a la vez su carácter enriquecedor y su valioso poder.

Con seguridad, la construcción a partir de la participación garantizará que el uso de esas nuevas aplicaciones, y el aprovechamiento de las secciones y los contenidos creados sean cada vez mayores; en últimas, asegurará de manera

más contundente, la permanencia de las decisiones tomadas durante este plan de mejoramiento y hará más sostenibles en el tiempo los cambios introducidos.

Ahora bien, lo participativo no sólo lo define el haber tenido en cuenta a la comunidad, sino también el haber conformado un equipo con integrantes que representaban diferentes instancias de la vida escolar, quienes desde el inicio tuvieron claro que la página anterior era un valioso punto de partida que debía tenerse en cuenta, rescatando aquello que de ella resultara pertinente para la nueva versión del website.

Frente a lo primero, el tener un grupo de expertos asesorándonos y acompañándonos en cada paso, dio un alto nivel de confianza al proyecto; adicionalmente, esto permitió que los participantes en el comité, adquiriéramos un valioso conocimiento sobre los temas de Internet, administración y estrategia web, aprendizaje que de otra forma hubiera sido imposible lograr.

Por otro lado, como se comentó anteriormente, este plan de mejoramiento contempló varios elementos de la página ya existente, permitiendo indirectamente la participación de personas anteriores a nosotros y reconociendo que lo desarrollado por ellas, tiene un valor que permanece y que a su vez potenció acciones en diferentes sentidos.

Por esa razón, el integrar las solicitudes actuales de la comunidad, con las bondades y aciertos de lo que ya se tenía, son una buena muestra de la integración y participación que se logró hacer en esta experiencia.

En términos generales, las mejoras realizadas a la página web del Colegio Marymount contemplaron:

- El desarrollo de una nueva sección de acceso privado para la comunidad Marymount, con un perfil para cada grupo en particular (profesores, alumnas, padres y administrativos). Sin embargo, se mantiene el menú

principal de la página anterior que es de acceso público y se revisan de manera exhaustiva todos sus textos e imágenes.

- Se habilita en la parte privada la sección para el desarrollo de aulas virtuales.
- Se mantiene la home page como espacio informativo de la actualidad del colegio, pero se modifican la plantilla y el diseño para publicar noticias, anuncios y actividades importantes de la vida escolar. Se adiciona una frase de algún personaje reconocido y una franja en la que se recuerdan reuniones, eventos o fechas importantes.
- Se redistribuyen y reagrupan algunas secciones de la parte pública, se adicionan las secciones de: se habla español (sección del departamento de español), PAF (programa de prevención de maltrato escolar), oportunidades de empleo, Red mundial de colegios, política de privacidad y certificación de calidad.
- Se abre el espacio para ingresar al correo electrónico y a la intranet del colegio a través de la página web.
- Se mantiene El Corcho, como sección de las alumnas, en la que se incluyeron nuevas subsecciones y se cambió el administrador de contenidos.
- La aplicación de la nueva imagen corporativa con los parámetros establecidos en el correspondiente Manual, lo que fortalece el proceso de apropiación de ésta por parte de todos.

Estas mejoras conllevaron ajustes a nivel institucional entre los que se destacan:

- Se generan y asignan a las alumnas, los profesores y administrativos su contraseña para el acceso a la parte privada correspondiente, en la que se publican las circulares y la información de interés para ellos (horarios, directorio, circulares, calificaciones, aulas virtuales, entre otros).
- Se crea el cargo de webmaster, se contrata a una persona idónea para desempeñar estas funciones y se asigna una oficina dotada con los equipos necesarios.

Un proyecto de esta dimensión implicó para el Colegio no sólo el recurso humano, sino una inversión económica importante, así que resulta pertinente asegurar la sostenibilidad del mismo a partir de una serie de decisiones que se recomienda tomar:

- Mantener el cargo de webmaster tiempo completo para que se responsable de administrar la página, actualizar su contenido y desarrollar las aplicaciones que resulten necesarias. Esta persona debe ser parte del Departamento de Medios, se deben definir sus funciones y su perfil.
- Mantener el soporte por parte de la firma PS Manager para garantizar el buen funcionamiento de la página, el desarrollo de futuras herramientas y la implementación de los ajustes necesarios, una vez se cumpla el período de prueba.
- Involucrar a un grupo de alumnas como parte del equipo que tendrá a cargo la generación de contenidos y actualización de la página, en especial de la sección El Corcho, siempre bajo la supervisión del webmaster. Esto garantiza el carácter participativo que ésta tiene y favorece la apropiación de esta estrategia de comunicación por parte de padres y alumnas.
- Invitar a los padres de familia a participar con escritos de índole académica o comentarios que puedan ser publicados, para de esta forma fortalecer la participación de la comunidad y el alcance de la nueva página.
- Implementar las estrategias para que los buscadores, a través de Internet encuentren la página del colegio cuando los usuarios hagan sus búsquedas.
- Retomar periódicamente las estadísticas de visitas a la página.

En términos de las dificultades vividas en el proceso, tal vez la más clara tiene que ver con el poder dimensionar adecuadamente el trabajo que había detrás de cada nueva aplicación o desarrollo contemplado dentro del nuevo mapa de navegación. En otras palabras, era fácil pretender que la página diera cuenta de todo aquello que se nos ocurría y nos parecía oportuno e importante para ser contemplado en

éste, pero resulta difícil imaginar toda la programación y tareas específicas que debían llevarse a cabo, para que cada cosa pudiera estar en el lugar adecuado, de manera eficiente y de la mejor forma en nuestro website. Aprendimos que cada nueva idea o cada necesidad implicaban en términos del proyecto, muchas horas de trabajo de un ingeniero, muchas pruebas técnicas y un presupuesto suficiente, para asumir esos costos; por estas razones, fue evidente que no podíamos pretender hacer todo lo que la comunidad solicitaba y era indispensable priorizar.

El cumplimiento del cronograma fue también una tarea relativamente difícil, ya que demostró que las labores requerían ajustes y repeticiones que implicaban demoras y redefinición de tiempos. Aunque la planeación logró cumplirse de manera satisfactoria, nos dimos cuenta que tareas sencillas que parecen estar resueltas, pueden ocasionar complicaciones y pequeñas reestructuraciones. Un buen ejemplo de esto lo representa la búsqueda de material fotográfico que resultó ser una debilidad del colegio cuando pesábamos que las imágenes que teníamos serían suficientes para el proyecto; de esta forma, este plan de mejoramiento impactó positivamente el proceso de registro, organización y archivo de imágenes del colegio, en la medida en que generó valiosas acciones de mejora.

Por último vale la pena concluir que la nueva página web www.marymountbogota.edu.co no sólo refleja la imagen institucional y recoge la filosofía del colegio, sino que se convierte en un importante lugar de encuentro de nuestra comunidad educativa y en un valioso medio de comunicación interna y externa. En pocas palabras, reúne el proceso que hace evidente la gestión de un gerente educativo.

BIBLIOGRAFÍA

CABERO ALMENARA, Julio. Tecnología Educativa. Diseño y utilización de medios en la enseñanza. Editorial Paidós 2001.

CALVO FERNANDEZ, Sergio. Comunicación en Internet. Estrategias de Marketing y Comunicación Interactivas. España. Thomson Editores, 2001. pg. 9.

COLEGIO MARYMOUNT. Manual de Convivencia. Numeral 15. Bogotá, 2009.

DECKER, Rick y HIRSHFIELD, Stuart. Máquina analítica. Introducción a las ciencias de la computación con uso de la Internet. International Thomson Editores. 2001. pg. 67 y 70.

EDUCACIÓN Y EDUCADORES, Volumen 7, año 2004, pg 102. U. Sabana. Facultad de Educación.

JOYANES, Luis. Cibersociedad. Los retos ante un nuevo mundo digital. Editorial Mc. Graw Hill. Interamericana de España. S.A.U. 1997 pg. 100.

POZNER, P. El Directivo como Gestor de Aprendizajes Escolares. 2000, Buenos Aires.


RODRÍGUEZ GÓMEZ, Gregorio, GIL FLÓREZ, Javier y GARCÍA JIMÉNEZ, Eduardo. Metodología de la Investigación Cualitativa. Ediciones Aljibe, Segunda Edición. Málaga, 1999.

SAN MARTÍN, Patricia. Hipertexto Seis propuestas para este milenio. Editorial La Crujía Ediciones. Buenos Aires, Argentina. 1999. pg. 54 – 55.

TORRES DUQUE, Olga Cecilia Propuesta para el rediseño del portal del Colegio Santa Francisca Romana. TC – 252.2007 – 006 Universidad de la Sabana, 2007.

TREJO DELARBRE, Raúl. Viviendo en el Aleph. La sociedad de la información y sus laberintos. Editorial Gedisa. Barcelona, España. 2006. pg. 14 y 33.

VERA, Fernando. Gestión escolar: precisando el concepto. Julio 2006
www.corpoeducacion.org.co. Revisado julio 2009 Corpoeducación es una asociación civil sin ánimo de lucro dedicada a generar conocimiento y propuestas para el mejoramiento de la educación en el país.


	INFORME ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Código: CA-SAT-F-05
		Versión: 1
		Página: 1

ENCUESTA A PADRES DE FAMILIA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

- Instrumento Aplicado: Encuesta Satisfacción del cliente. CA-SAT-F-01.
- Fecha Aplicación: 5 de febrero de 2008. Jornada entrega de boletines.
- Muestra: 120 Familias de alumnas de preescolar, primaria, bachillerato. Los cuales representan el 15.5% de la población real. Se toma la muestra aleatoria.
- Hora: 7:10 a.m. - 3:10 p.m.
- Aspectos Evaluados:

ASPECTO	PREGUNTA
Académico y Formativo	1. El apoyo que el colegio le ha dado a su hija en aspectos distintos a lo académico ha sido positivo.
	2. El colegio desarrolla en sus alumnas el sentido del compromiso y la responsabilidad social.
	3. El colegio favorece en sus alumnas, el desarrollo de diferentes habilidades en cada una de las áreas.
	4. El colegio ha evolucionado en el uso de la tecnología y es innovador.
	5. El colegio promueve la investigación teniendo en cuenta la edad de las alumnas y las necesidades del entorno.
	6. El colegio promueve una clara formación en valores.
	7. El nivel de exigencia corresponde a la edad de su(s) hija(s). En caso negativo marque si es: excesivo o inferior.
	8. El personal contratado por el Marymount es competente.
	9. El seguimiento académico ha favorecido el desempeño de su hija.
	10. La formación católica se percibe claramente.
	11. La variedad de actividades extracurriculares responden a los intereses de su(s) hija(s).
	12. Lo planteado por el colegio para la educación y formación de su hija corresponde a lo que ella esta recibiendo.
	13. Se encuentra satisfecho con el nivel académico del colegio.
	14. Estoy satisfecho con los resultados que he visto en mi hija gracias a su participación en las actividades extracurriculares en el presente año (no responda si su hija no está inscrita en estas).
Comunicación y Reuniones	15. El colegio genera espacios para que como padre de familia sea escuchado.
	16. Ha percibido cambios positivos en el colegio a partir de la implementación del Sistema de Gestión de Calidad.
	17. La comunicación que recibe del colegio es clara y oportuna.
	18. La organización y logística de la Asamblea le satisfacen.
	19. Las reuniones de entrega de informes le permiten conocer a cabalidad la situación de su hija.
	20. Las reuniones de Padres de Familia han respondido a sus expectativas.
	21. Los medios de comunicación con los que cuenta el colegio son eficaces.
22. Los temas desarrollados en la Asamblea son de su interés.	
Servicios y Bienestar	23. Atención en Enfermería
	24. Atención en Portería
	25. Atención en Secretaría
	26. Atención y servicio de la Biblioteca
	27. Mantenimiento de las instalaciones
	28. Planta física
	29. Servicio de Cafetería
	30. Servicio de Transporte
	31. Sistema de pagos en línea

Elaborado por: Coordinación de Calidad	Revisado por: Coordinación de Calidad	Aprobado por: Rectoría
Fecha: Febrero de 2008	Fecha: Febrero de 2008	Fecha: Febrero de 2008

	INFORME ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Código: CA-SAT-F-05
		Versión: 1
		Página: 2

- Presentación de los resultados:** Se observarán 4 tablas dinámicas, las cuales evidencian el comportamiento estadístico de las respuestas presentadas por los padres de familia. En los cuadros se puede apreciar una escala de uno a cinco, donde en las preguntas 1-22 serán sólo tenidas en cuenta el 1, 2 y 3 las cuales representan 1 desacuerdo 2 parcialmente de acuerdo, 3 de acuerdo. Para las respuestas 23-31 la escala es de 1 – 5 donde 1 es el más bajo y 5 el más alto en términos de satisfacción. Anexo a la tabla encontrará un diagrama de barras por cada tabla la cual evidencia el comportamiento de cada pregunta según la población y según el porcentaje obtenido por cada respuesta.

- Descripción de Resultados:**

- FORTALEZAS:**

Son considerados fortalezas, aquellos aspectos que en su calificación sea 3 en el caso de las preguntas 1-21 y en el caso de las preguntas 22-31 4 y 5 sobrepasen el 95%.

Población general destaca

PREGUNTA	1	2	3	4	5	4 Y 5
Atención en Portería	1%	0%	1%	5%	93%	98%
Atención en Secretaría	2%	0%	2%	13%	83%	96%

Población Preescolar destaca

PREGUNTA	1	2	3
El colegio promueve una clara formación en valores.	0%	2%	98%
La formación católica se percibe claramente.	0%	5%	95%
Lo planteado por el colegio para la educación y formación de su hija corresponde a lo que ella esta recibiendo.	0%	3%	97%
Se encuentra satisfecho con el nivel académico del colegio.	0%	3%	97%

PREGUNTA	1	2	3	4	5	4 Y 5
Atención en Portería	0%	0%	2%	6%	93%	98%
Atención en Secretaría	2%	0%	6%	9%	83%	93%
Sistema de pagos en línea	3%	0%	0%	11%	87%	97%

Población Primaria destaca

PREGUNTA	1	2	3
El colegio desarrolla en sus alumnas el sentido del compromiso y la responsabilidad social.	2%	4%	95%

PREGUNTA	1	2	3	4	5	4 Y 5
Atención en Portería	2%	0%	2%	4%	92%	96%
Atención en Secretaría	2%	0%	0%	21%	77%	98%
Atención y servicio de la Biblioteca	4%	0%	0%	22%	74%	96%


Población Bachillerato destaca

PREGUNTA	1	2	3	4	5	4 Y 5
Atención en Portería	1%	0%	0%	4%	94%	99%
Atención en Secretaría	1%	0%	1%	10%	88%	97%

- ASPECTOS POSITIVOS:**

En aquellos aspectos donde el porcentaje se encuentre entre el 80% y el 95% se encuentran cumpliendo la meta, por tanto se sugiere que estos aspectos generen estrategias para el mantenimiento de estos resultados. Solo se discriminara la evaluación general.

Elaborado por: Coordinación de Calidad	Revisado por: Coordinación de Calidad	Aprobado por: Rectoría
Fecha: Febrero de 2008	Fecha: Febrero de 2008	Fecha: Febrero de 2008

	INFORME ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Código: CA-SAT-F-05
		Versión: 1
		Página: 3

Población general considera que los aspectos positivos son:

PREGUNTA	1	2	3
El colegio desarrolla en sus alumnas el sentido del compromiso y la responsabilidad social.	1%	9%	90%
El colegio promueve una clara formación en valores.	1%	6%	93%
El nivel de exigencia corresponde a la edad de su(s) hija(s). En caso negativo marque si es: excesivo o inferior.	3%	16%	81%
El personal contratado por el Marymount es competente.	1%	8%	92%
El seguimiento académico ha favorecido el desempeño de su hija.	2%	10%	88%
La formación católica se percibe claramente.	2%	12%	86%
Lo planteado por el colegio para la educación y formación de su hija corresponde a lo que ella esta recibiendo.	1%	8%	92%
Se encuentra satisfecho con el nivel académico del colegio.	2%	6%	93%
Estoy satisfecho con los resultados que he visto en mi hija gracias a su participación en las actividades extracurriculares en el presente año (no responda si su hija no está inscrita en estas).	4%	15%	81%
Las reuniones de entrega de informes le permiten conocer a cabalidad la situación de su hija.	2%	6%	92%

Población general considera como aspectos positivos

PREGUNTA	1	2	3	4	5	4 Y 5
Atención en Enfermería	3%	3%	7%	22%	65%	87%
Atención y servicio de la Biblioteca	3%	0%	3%	23%	71%	94%
Mantenimiento de las instalaciones	1%	0%	8%	29%	62%	91%
Planta física	1%	0%	14%	44%	41%	85%
Servicio de Cafetería	1%	6%	13%	25%	55%	80%
Servicio de Transporte	3%	4%	11%	28%	55%	83%
Sistema de pagos en línea	4%	0%	1%	14%	81%	95%

➤ **OPORTUNIDADES DE MEJORA:**


Son considerados oportunidades de mejora, aquellos aspectos que en su calificación sea 3 en el caso de las preguntas 1-21 y en el caso de las preguntas 22-31 4 y 5 no superen el 80% .

Se requiere que estos aspectos que requieren de mejora, generen acciones que respondan a las necesidades de los clientes.

Población general considera como oportunidades de mejora

PREGUNTA	1	2	3
El apoyo que el colegio le ha dado a su hija en aspectos distintos a lo académico ha sido positivo.	2%	20%	78%
El colegio favorece en sus alumnas, el desarrollo de diferentes habilidades en cada una de las áreas.	2%	24%	74%
El colegio ha evolucionado en el uso de la tecnología y es innovador.	1%	25%	75%
El colegio promueve la investigación teniendo en cuenta la edad de las alumnas y las necesidades del entorno.	5%	23%	73%
La variedad de actividades extracurriculares responden a los intereses de su(s) hija(s).	4%	22%	74%
El colegio genera espacios para que como padre de familia sea escuchado.	2%	22%	76%
Ha percibido cambios positivos en el colegio a partir de la implementación del Sistema de Gestión de Calidad.	6%	21%	73%
La comunicación que recibe del colegio es clara y oportuna.	1%	20%	79%
La organización y logística de la Asamblea le satisfacen.	7%	27%	66%
Las reuniones de Padres de Familia han respondido a sus expectativas.	3%	22%	75%
Los medios de comunicación con los que cuenta el colegio son eficaces.	2%	19%	79%
Los temas desarrollados en la Asamblea son de su interés.	5%	35%	60%

Elaborado por: Coordinación de Calidad	Revisado por: Coordinación de Calidad	Aprobado por: Rectoría
Fecha: Febrero de 2008	Fecha: Febrero de 2008	Fecha: Febrero de 2008

	INFORME ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Código: CA-SAT-F-05
		Versión: 1
		Página: 4

Población Preescolar considera como oportunidad de mejora

PREGUNTA	1	2	3
El colegio ha evolucionado en el uso de la tecnología y es innovador.	0%	28%	72%
El colegio promueve la investigación teniendo en cuenta la edad de las alumnas y las necesidades del entorno.	2%	22%	76%
El colegio genera espacios para que como padre de familia sea escuchado.	2%	20%	78%
Ha percibido cambios positivos en el colegio a partir de la implementación del Sistema de Gestión de Calidad.	8%	22%	70%
La organización y logística de la Asamblea le satisfacen.	6%	28%	66%
Las reuniones de Padres de Familia han respondido a sus expectativas.	4%	17%	80%
Los temas desarrollados en la Asamblea son de su interés.	4%	31%	65%

PREGUNTA	1	2	3	4	5	4 Y 5
Planta física	0%	0%	21%	34%	45%	79%
Servicio de Transporte	0%	2%	19%	30%	49%	79%

Población Primaria considera como oportunidad de mejora

PREGUNTA	1	2	3
El colegio favorece en sus alumnas, el desarrollo de diferentes habilidades en cada una de las áreas.	5%	22%	73%
El colegio promueve la investigación teniendo en cuenta la edad de las alumnas y las necesidades del entorno.	4%	19%	78%
El nivel de exigencia corresponde a la edad de su(s) hija(s). En caso negativo marque si es: excesivo o inferior.	6%	16%	78%
El colegio genera espacios para que como padre de familia sea escuchado.	2%	25%	73%

Población Primaria considera como oportunidad de mejora

PREGUNTA	1	2	3
La organización y logística de la Asamblea le satisfacen.	6%	32%	62%
Las reuniones de Padres de Familia han respondido a sus expectativas.	0%	27%	73%
Los medios de comunicación con los que cuenta el colegio son eficaces.	0%	25%	75%
Los temas desarrollados en la Asamblea son de su interés.	6%	36%	58%
Ha percibido cambios positivos en el colegio a partir de la implementación del Sistema de Gestión de Calidad.	4%	23%	72%
La comunicación que recibe del colegio es clara y oportuna.	0%	21%	79%


PREGUNTA	1	2	3	4	5	4 Y 5
Servicio de Cafetería	0%	8%	24%	29%	39%	69%

Población Bachillerato considera como oportunidad de mejora

PREGUNTA	1	2	3
El apoyo que el colegio le ha dado a su hija en aspectos distintos a lo académico ha sido positivo.	4%	25%	71%
El colegio favorece en sus alumnas, el desarrollo de diferentes habilidades en cada una de las áreas.	1%	30%	69%
El colegio ha evolucionado en el uso de la tecnología y es innovador.	1%	26%	72%
El colegio promueve la investigación teniendo en cuenta la edad de las alumnas y las necesidades del entorno.	8%	26%	66%
El nivel de exigencia corresponde a la edad de su(s) hija(s). En caso negativo marque si es: excesivo o inferior.	3%	22%	75%
La formación católica se percibe claramente.	4%	19%	77%
La variedad de actividades extracurriculares responden a los intereses de su(s) hija(s).	3%	35%	63%
Estoy satisfecho con los resultados que he visto en mi hija gracias a su participación en las actividades extracurriculares en el presente año (no responda si su hija no está inscrita en estas).	7%	18%	75%
El colegio genera espacios para que como padre de familia sea escuchado.	3%	21%	77%
Ha percibido cambios positivos en el colegio a partir de la implementación del Sistema de Gestión de Calidad.	6%	19%	75%
La comunicación que recibe del colegio es clara y oportuna.	3%	22%	75%
La organización y logística de la Asamblea le satisfacen.	8%	24%	68%
Las reuniones de Padres de Familia han respondido a sus expectativas.	4%	23%	73%
Los medios de comunicación con los que cuenta el colegio son eficaces.	3%	22%	75%

Elaborado por: Coordinación de Calidad	Revisado por: Coordinación de Calidad	Aprobado por: Rectoría
Fecha: Febrero de 2008	Fecha: Febrero de 2008	Fecha: Febrero de 2008

Anexo 2 Encuesta de satisfacción al cliente

	ENCUESTA SATISFACCION DEL CLIENTE	Código: CA-SAT-F-01
		Versión: 3
		Página 1 de 3

Fecha:

La encuesta que contestará a continuación tiene como objetivo mejorar diferentes aspectos de nuestro colegio. Marque con una **X** el nivel al que perteneces su hija:

Preescolar _____ Primaria _____ Bachillerato _____

ASPECTOS ACADÉMICO Y FORMATIVO:

Por favor lea cuidadosamente cada uno de los ítems y marque con una **X** la casilla que corresponda teniendo en cuenta los siguientes criterios: **1. En desacuerdo 2. Parcialmente de acuerdo 3. De acuerdo**

No.	ASPECTO	1	2	3
1	Lo planteado por el colegio, para la educación y formación de su hija, corresponde a lo que ella está recibiendo.			
2	El colegio promueve una clara formación en valores.			
3	La formación católica se percibe claramente.			
4	El colegio desarrolla en sus alumnas el sentido del compromiso y la responsabilidad social.			
5	Se encuentra satisfecho con el nivel académico del colegio.			
6	El colegio favorece en sus alumnas, el desarrollo de diferentes habilidades en cada una de las áreas.			
7	El seguimiento académico ha favorecido el desempeño de su hija.			
8	El colegio promueve la investigación teniendo en cuenta la edad de las alumnas y las necesidades del entorno.			
9	El nivel de exigencia corresponde a la edad de su(s) hijas(s). En caso negativo marque si es: excesivo _____ inferior _____			
10	El apoyo que el colegio le ha dado a su hija en aspectos distintos a lo académico ha sido positivo.			
11	La variedad de actividades extracurriculares responden a los intereses de su(s) hija(s).			
12	Estoy satisfecho con los resultados que he visto en mi hija gracias a su participación en las actividades extracurriculares en el presente año (no responda si su hija no está inscrita en estas).			
13	El colegio ha evolucionado en el uso de la tecnología y es innovador.			
14	El personal contratado por el Marymount es competente			

SUS OBSERVACIONES SON MUY IMPORTANTES PARA NOSOTROS:

Elaborado por: Rectoría	Revisado por: Coordinación de Calidad	Aprobado por: Rectoría
Fecha: Febrero 1 de 2008	Fecha: Febrero 1 de 2008	Fecha: Febrero 1 de 2008

COMUNICACIÓN Y REUNIONES

Por favor lea cuidadosamente cada uno de los ítems y marque con una **X** la casilla que corresponda teniendo en cuenta los siguientes criterios: **1. En desacuerdo 2. Parcialmente de acuerdo 3. De acuerdo**

No.	ASPECTO	1	2	3
1	El colegio genera espacios para que como padre de familia sea escuchado.			
2	La comunicación que recibe del colegio es clara y oportuna.			
3	Los medios de comunicación con los que cuenta el colegio son eficaces.			
4	Las reuniones de Padres de Familia han respondido a sus expectativas.			
5	Las reuniones de entrega de informes le permiten conocer a cabalidad la situación de su hija.			
6	Los temas desarrollados en la Asamblea son de su interés.			
7	La organización y logística de la Asamblea le satisfacen.			
8	Ha percibido cambios positivos en el colegio a partir de la implementación del Sistema de Gestión de Calidad.			

SUS OBSERVACIONES SON MUY IMPORTANTES PARA NOSOTROS:

SERVICIOS Y BIENESTAR

Por favor lea cuidadosamente cada uno de los ítems y califique de **1 a 5** su nivel de satisfacción, **siendo 5 el más alto y 1 el más bajo, en los siguientes aspectos.**


No.	ASPECTO	1	2	3	4	5
1	Planta física					
2	Mantenimiento de las instalaciones					
3	Atención en Secretaría					
4	Atención en Enfermería					
5	Atención y servicio de la Biblioteca					
6	Servicio de Cafetería					
7	Servicio de Transporte					
8	Sistema de pagos en línea					
9	Atención en portería					

SUS OBSERVACIONES SON MUY IMPORTANTES PARA NOSOTROS:

NOMBRE: _____ CORREO ELECTRONICO: _____

Elaborado por: Rectoría	Revisado por: Coordinación de Calidad	Aprobado por: Rectoría
Fecha: Febrero 1 de 2008	Fecha: Febrero 1 de 2008	Fecha: Febrero 1 de 2008

Anexo 3 Encuesta aplicada a los estamentos del Colegio Marymount

	EVALUACIÓN DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE ESTAMENTOS MARYMOUNT	Código: CA-SAT-F-02
		Versión: 3
		Página 1 de 2

Marque con una X el área a la que pertenece	Bienestar <input type="checkbox"/>	Administrativo <input type="checkbox"/>	Académico <input type="checkbox"/>
--	---	--	---

1. Lea cuidadosamente cada uno de los ítems y marque con una **X** la casilla que corresponda teniendo en cuenta los siguientes criterios: **1. En desacuerdo 2. Parcialmente de acuerdo 3. De acuerdo**

	1	2	3
El colegio promueve la investigación teniendo en cuenta la edad de las alumnas y las necesidades del entorno.			
El colegio promueve una clara formación en valores.			
Se encuentra satisfecho con el nivel académico del colegio.			
Ha percibido cambios positivos en el colegio a partir de la implementación del Sistema de Gestión de Calidad.			

2. Califique la **gestión** de los siguientes estamentos, teniendo presente que **5** es el máximo puntaje. En caso de no conocer la labor realizada por cualquiera de estos estamentos absténgase de calificarlo y marque N/A (no aplica)

GESTIÓN ACADÉMICA Y FORMATIVA		1	2	3	4	5	N/A
Coordinación Bachillerato	Aspecto formativo						
	Aspecto disciplinario						
	Seguimiento académico						
Coordinación Primaria	Aspecto formativo						
	Aspecto disciplinario						
	Seguimiento académico						
Coordinación Preescolar	Aspecto formativo						
	Aspecto disciplinario						
	Seguimiento académico						
Coordinación Servicio Social (CAS)							
Coordinación Bachillerato Internacional							
Coordinación Actividades Extracurriculares							
Coordinación de Medios							
Capellanía							
Observaciones							

GESTIÓN ADMINISTRATIVA	1	2	3	4	5	N/A
Asistente de Rectoría						
Coordinación Administrativa						
Coordinación Calidad						
Contabilidad						
Dirección Administrativa						
Personal						
Rectoría						
Secretaría Académica						
Secretaría Preescolar Primaria						
Secretaría Bachillerato						
Secretaría General						
Secretaría Administrativa						
Servicios Generales						
Tesorería						

Elaborado por: Coordinación de Calidad	Revisado por: Coordinación de Calidad	Aprobado por: Rectoría
Fecha: Febrero 2008	Fecha: Febrero 2008	Fecha: Febrero 2008

Observaciones:

3. Lea cuidadosamente cada uno de los ítems y califique de **1 a 5** el **servicio** prestado por cada uno de ellos, siendo 5 el más alto y 1 el más bajo. En caso de no conocer la labor realizada por cualquiera de estos estamentos absténgase de calificarlo y marque N/A (no aplica)

SERVICIOS		1	2	3	4	5	N/A
Biblioteca							
Portería							
Comunicaciones:	Página Web						
	Noticiero						
	Emisora						
Mantenimiento de Instalaciones							
Psicología Preescolar							
Psicología Primaria							
Psicología Bachillerato							
Cafetería							
Recursos							
Soporte en sistemas							
Terapia ocupacional							
Tienda escolar							
Transporte							
Observaciones:							

4. Califique de 1 a 5 los ítems que encuentra a continuación, según su **nivel de satisfacción**, siendo 5 el más alto y 1 el más bajo. En caso de no estar familiarizado con alguno de estos aspectos absténgase de calificarlo y marque N/A (no aplica)

OTROS ASPECTOS	1	2	3	4	5	N/A
Asamblea						
Auditorias Internas						
Convivencias y Retiros						
Días Pedagógicos						
Dirección de Grupo						
Reuniones entrega de informes						
Reuniones Padres de Familia						
Semana Cultural						
Sistema de Gestión de Calidad						
Song and Dance Contest						
Observaciones:						

Elaborado por: Coordinación de Calidad

Revisado por: Coordinación de Calidad

Aprobado por: Rectoría

Fecha: Febrero 2008

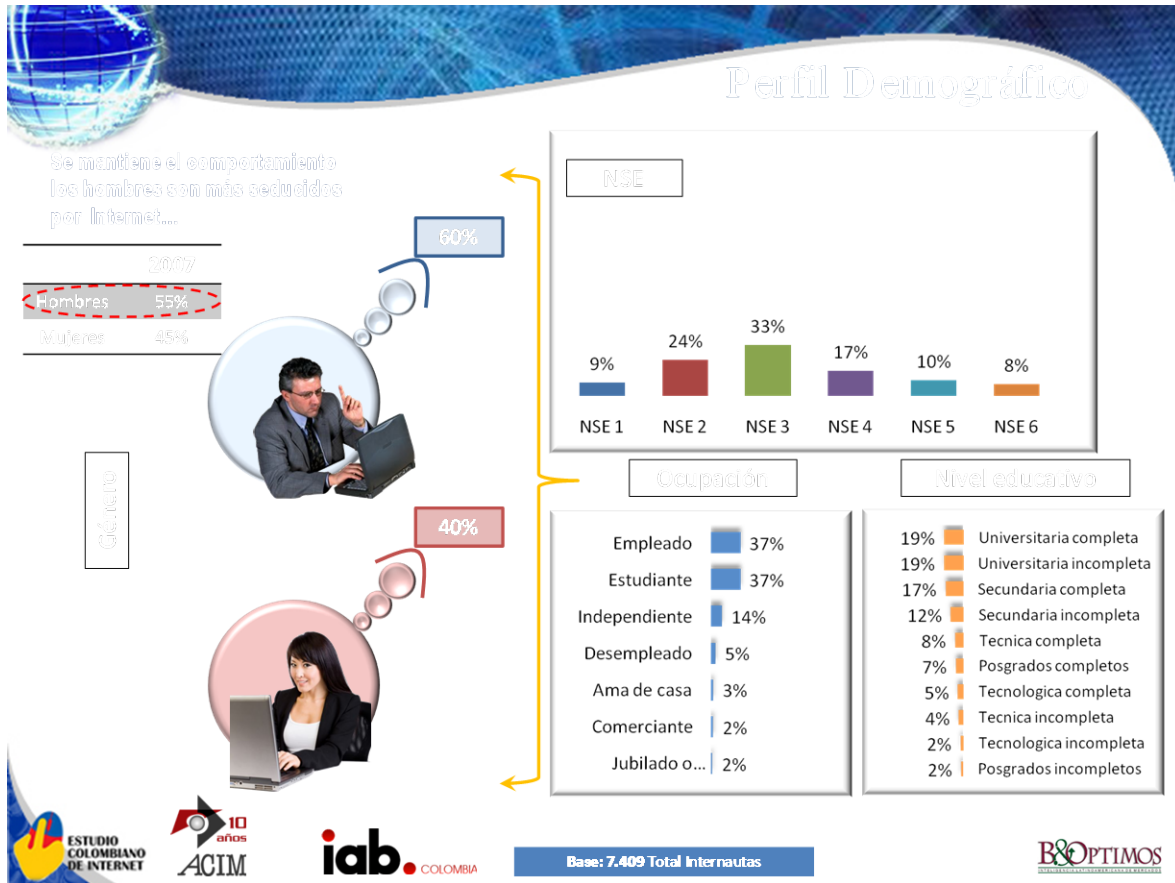
Fecha: Febrero 2008

Fecha: Febrero 2008

Elaborado por: Coordinación de Calidad	Revisado por: Coordinación de Calidad	Aprobado por: Rectoría
Fecha: Febrero 2008	Fecha: Febrero 2008	Fecha: Febrero 2008

Anexo 4 Perfil Demográfico (ECI)

Tomado del Estudio Colombiano de Internet 2008



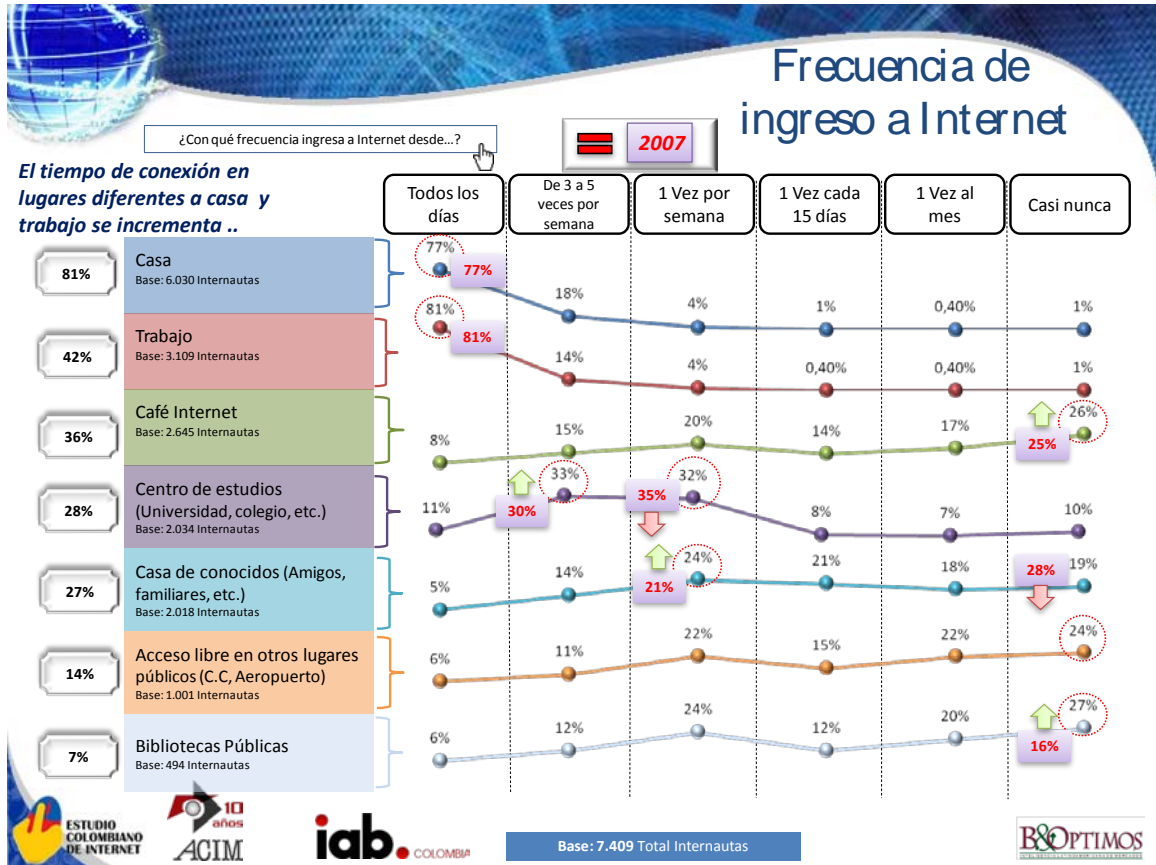
Anexo 5 Lugar desde el cual se accesa a Internet (ECI)

Tomado del Estudio Colombiano de Internet 2008



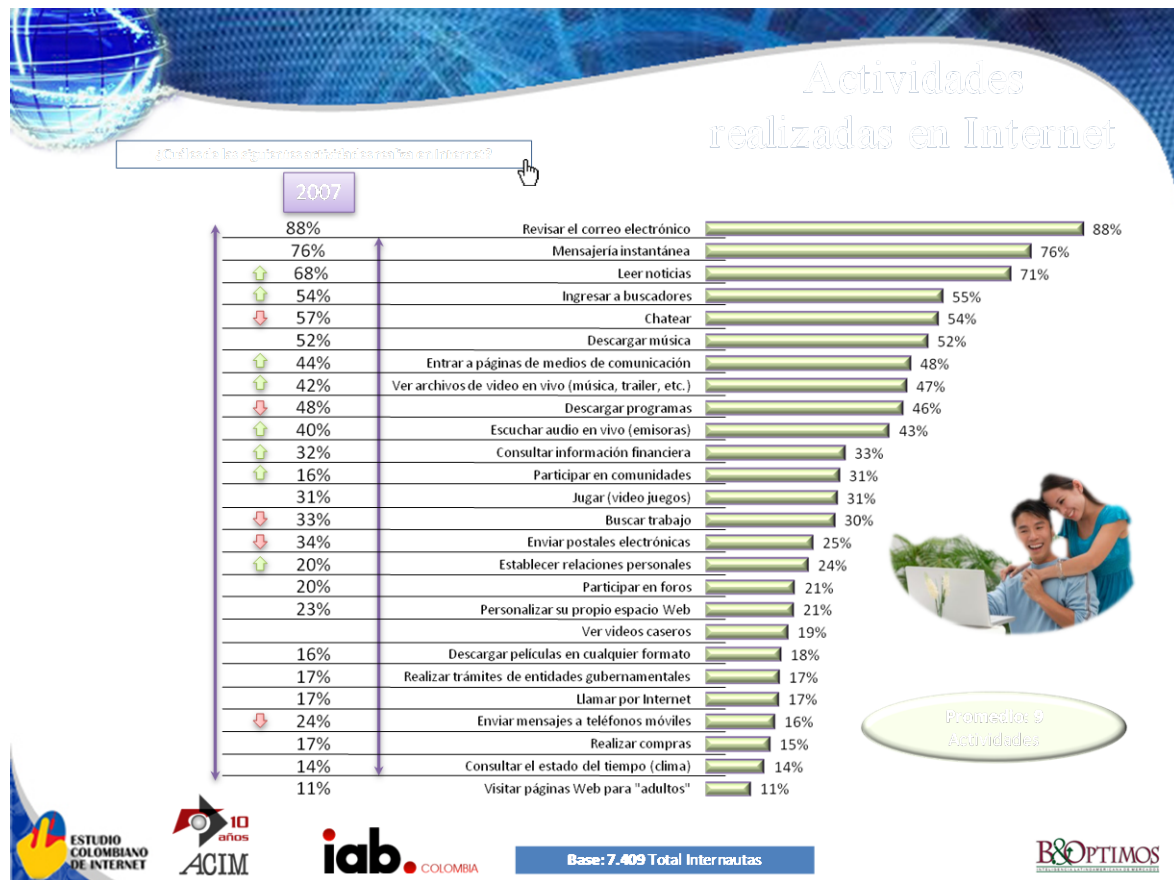
Anexo 6 Frecuencia de ingreso a Internet(ECI)

Tomado del Estudio Colombiano de Internet 2008



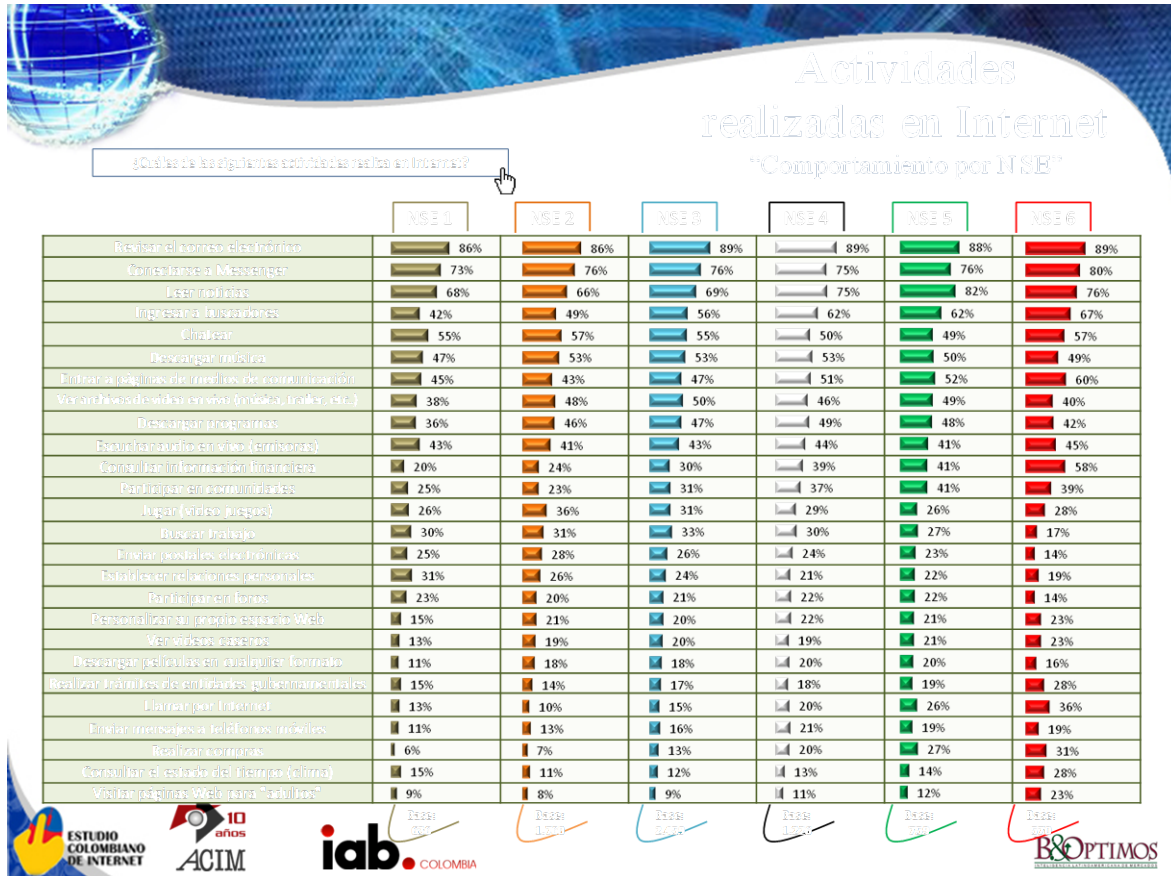
Anexo 7 Actividades realizadas en Internet (ECI)

Tomado del Estudio Colombiano de Internet 2008



Anexo 8 Actividades realizadas estratos (ECI)

Tomado del Estudio Colombiano de Internet 2008



Anexo 9 Frecuencia de realización de cada actividad (ECI)





Tomado del Estudio Colombiano de Internet 2008

Frecuencia de realización de cada actividad

¿Qué frecuencia realiza las siguientes actividades en internet?

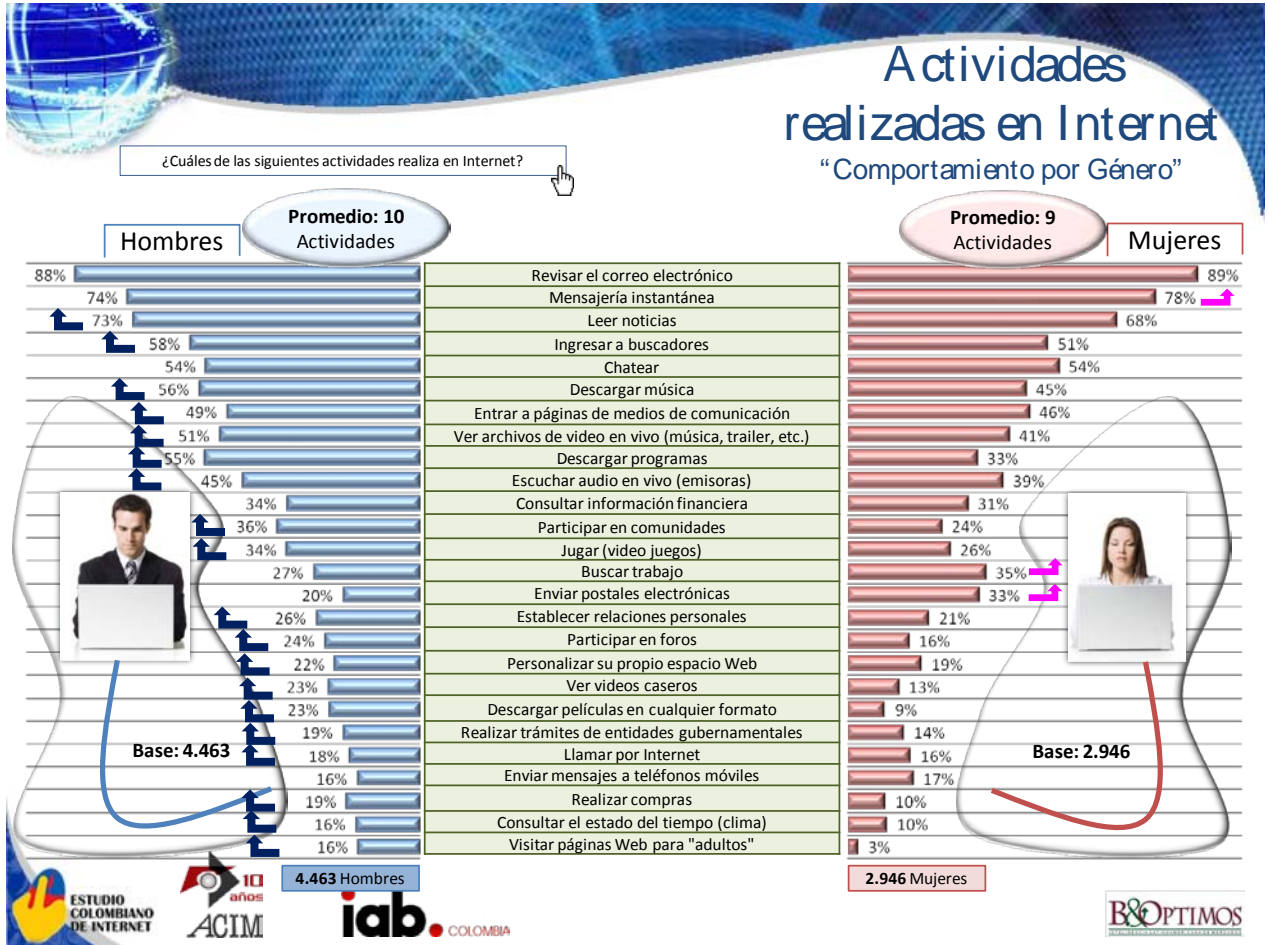
ACTIVIDADES REALIZADAS	Todos los días	De 3 a 5 veces por semana	1 Vez por semana	1 Vez cada 15 días	1 Vez al mes	Casi nunca	Base	
							%	
Revisar el correo electrónico	82%	13%	3%	1%	1%		6521	88%
Conectarse a Messenger	74%	17%	6%	1%	1%	1%	5614	76%
Leer noticias	54%	22%	10%	2%	1%	1%	5260	71%
Ingresar a buscadores	76%	18%	5%	1%	1%		4095	55%
Chatear	59%	23%	9%	4%	2%	2%	4007	54%
Descargar música	20%	28%	25%	11%	10%	6%	3835	52%
Entrar a páginas de medios de comunicación	57%	24%	12%	3%	2%	2%	3543	48%
Ver archivos de video en vivo (música, trailer, etc.)	29%	36%	20%	8%	5%	3%	3478	47%
Descargar programas	10%	20%	23%	16%	19%	12%	3407	46%
Escuchar audio en vivo (emisoras)	41%	29%	16%	6%	4%	4%	3174	43%
Consultar información financiera	29%	24%	25%	11%	8%	4%	2407	33%
Participar en comunidades	47%	24%	15%	7%	4%	3%	2318	31%
Jugar (video juegos)	20%	28%	27%	10%	7%	7%	2277	31%
Buscar trabajo	32%	21%	20%	8%	11%	9%	2232	30%
Enviar postales electrónicas	5%	11%	18%	19%	27%	21%	1853	25%
Establecer relaciones personales	27%	23%	22%	12%	7%	9%	1781	24%
Participar en foros	23%	23%	22%	12%	8%	7%	1588	21%
Personalizar su propio espacio Web	33%	20%	20%	8%	11%	8%	1520	20%
Ver videos caseros	23%	27%	22%	11%	7%	10%	1424	19%
Descargar películas en cualquier formato	12%	17%	25%	17%	15%	13%	1309	18%
Realizar trámites de entidades gubernamentales	8%	11%	16%	15%	31%	21%	1284	17%
Llamar por Internet	29%	25%	21%	8%	8%	10%	1264	17%
Enviar mensajes a teléfonos móviles	11%	24%	21%	14%	13%	16%	1192	16%
Realizar compras	3%	7%	8%	14%	41%	28%	1117	15%
Consultar el estado del tiempo (clima)	37%	24%	21%	9%	4%	6%	1013	14%
Visitar páginas Web para "adultos"	14%	22%	23%	13%	17%	12%	777	10%


Menor número de actividades realizadas diariamente

Anexo 10 Comportamiento por Género (ECI)

Tomado del Estudio Colombiano de Internet 2008



 MARYMOUNT	SITIO WEB DEL MARYMOUNT Consulta sobre contenidos Padres de familia	Página 1 de 2
---	---	---------------

El sitio WEB del colegio está en reconstrucción para que sea una excelente representación de lo que el Marymount es y hace en su interacción con sus diferentes grupos de interés. Les agradecemos responder con precisión y sinceridad las siguientes preguntas. Sus respuestas contribuirán a la definición de los contenidos que estarán en el sitio.

1. ¿Considera usted que la página Web es un medio comunicación importante entre la casa y el colegio?

Si _____ No _____

2. ¿Qué información esperaba encontrar en la página Web? Marque tantas respuestas como considere pertinente.

Calendario escolar _____

Horarios _____

Menús de cafetería _____

Directorio de profesores por área y curso _____

Directorio de padres de familia/alumnas por curso _____

Reporte de calificaciones _____

Formatos de permiso para cambio de bus _____

Fotos _____

Noticias de la vida escolar _____

Lista de alumnas por curso _____

Otra _____

3. ¿Qué servicios esperaría que ofreciera la página Web? Marque tantas respuestas como considere pertinente.

Envío de tareas _____

Recibir circulares _____

Pagos en línea _____

Adquisición de útiles escolares _____


Actualización de datos _____

Otros _____

4. ¿Considera usted que la página Web refleja la identidad y su proyecto educativo institucional?

Si _____

No _____

 MARYMOUNT	SITIO WEB DEL MARYMOUNT Consulta sobre contenidos Alumnas	Página 1 de 2
---	---	---------------

El sitio WEB del colegio está en reconstrucción para que sea una excelente representación de lo que el Marymount es y hace en su interacción con sus diferentes grupos de interés. Les agradecemos responder con precisión y sinceridad las siguientes preguntas. Sus respuestas contribuirán a la definición de los contenidos que estarán en el sitio.

1. ¿Es la página Web una herramienta que aporta a su aprendizaje?

Si _____ No _____

2. ¿Qué información esperaría encontrar en la página Web? Marque tantas respuestas como considere pertinente.

Calendario escolar _____

Horarios _____

Menús de cafetería _____

Directorio de profesores por área y curso _____

Directorio de padres de familia/alumnas por curso _____

Reporte de calificaciones _____

Formatos de permiso para cambio de bus _____

Fotos _____

Noticias de la vida escolar _____

Lista de alumnas por curso _____

Otra _____

3. ¿Qué servicios esperaría que ofreciera la página Web? Marque tantas respuestas como considere pertinente.

Envío de tareas _____

Material de referencia para tareas y trabajos _____


Aulas virtuales_____

Otros_____

4. ¿Considera usted que la página Web refleja la identidad del colegio?

Si _____

No _____

	SITIO WEB DEL MARYMOUNT Consulta sobre contenidos Profesores	Página 1 de 2
---	--	---------------

Departamento _____

Fecha _____

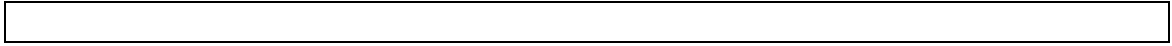
El sitio WEB del colegio está en re-construcción para que sea una excelente representación de lo que el Marymount es y hace en su interacción con sus diferentes grupos de interés. Le agradecemos responder con precisión y sinceridad las siguientes preguntas. Sus respuestas contribuirán a la definición de los contenidos que estarán en el sitio.

1. ¿Qué información general del colegio le parece que debe incluirse?

2. ¿Sobre su área usted qué incluiría?

3. ¿Qué información incluiría en el calendario virtual?


4. ¿Qué información específica cree que debe estar disponible para los padres-madres de familia?



5. ¿Qué información específica cree que debe estar disponible para las alumnas?

6. ¿Qué información específica cree que debe estar disponible para los profesores y directivos?

7. ¿Qué otro aspecto le gustaría que estuviera disponible en el sitio WEB?

	SITIO WEB DEL MARYMOUNT Consulta sobre contenidos Profesores	Página 1 de 2
---	--	---------------

Departamento _____

Fecha _____

El sitio WEB del colegio está en re-construcción para que sea una excelente representación de lo que el Marymount es y hace en su interacción con sus diferentes grupos de interés. Le agradecemos responder con precisión y sinceridad las siguientes preguntas. Sus respuestas contribuirán a la definición de los contenidos que estarán en el sitio.

1. ¿Qué información general del colegio le parece que debe incluirse?

2. ¿Sobre su área usted qué incluiría?

3. ¿Qué información incluiría en el calendario virtual?

4. ¿Qué información específica cree que debe estar disponible para los padres-madres de familia?



5. ¿Qué información específica cree que debe estar disponible para las alumnas?

6. ¿Qué información específica cree que debe estar disponible para los profesores y directivos?

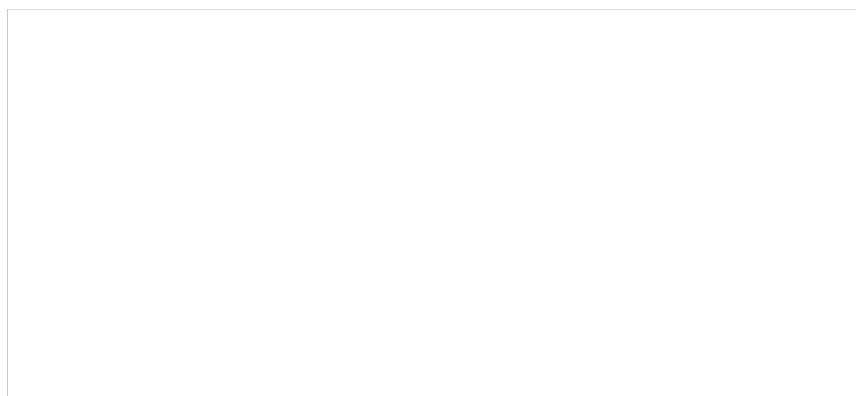
7. ¿Qué otro aspecto le gustaría que estuviera disponible en el sitio WEB?

Reporte estadísticas estrategia web Marymount School



Visitantes

Es la cantidad de personas que han ingresado a la página en un período de tiempo, cuenta personas que han ingresado más de una vez

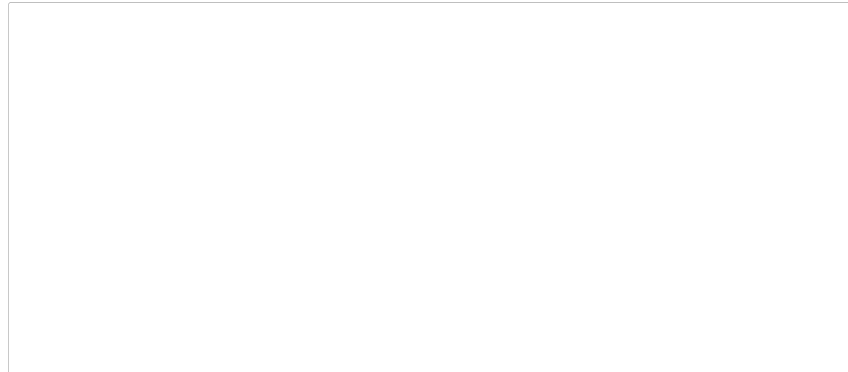


En el año 2007 y el primer mes del 2008, el mes que tuvo el mayor número de visitas fue Septiembre con 3.692 visitas.



visitantes únicos

Es la cantidad de visitantes al mes, este indicador solo toma en cuenta una sola entrada por persona, lo que lo convierte en uno de los principales indicadores de éxito

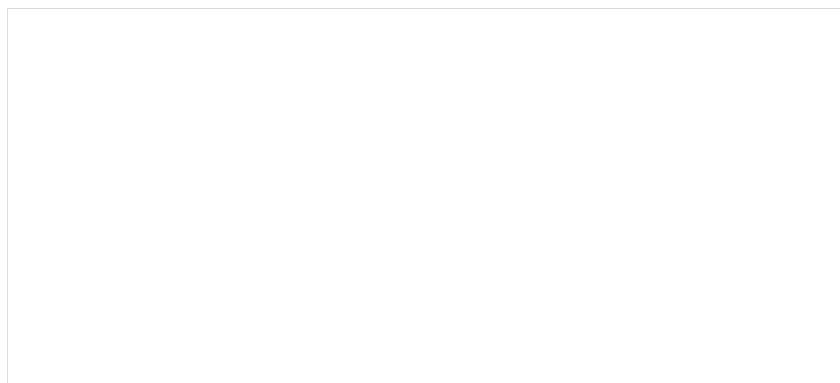


El número de visitantes únicos en el 2007 tuvo un comportamiento que supero las 2000 visitas por mes.



Total páginas vistas

Este indicador mide la cantidad total de páginas que fueron vistas por el total de los visitantes



El comportamiento de las páginas vistas es muy bueno ya todos los meses superan los 18.000



Anexo 15 Estructura de navegación Colegio Marymount

ESTRUCTURA DE NAVEGACIÓN – MARYMOUNTBOGOTA.EDU.CO

Estructura de Navegación				Aplicación	Descripción de la sección				Responsable Contenidos		
Nivel 0	Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3		Descripción de la sección	Básico	Avanzado	Acceso	Textos	Imágenes	
Página Principal				Joomla	Página con noticias y frases celebres	Noticias con imagen	Espacio de login	Público	Mary	Mary	
Quienes Somos				Joomla	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
Misión Visión Valores				Joomla	Información sobre los principios del colegio y hacia donde se proyecta	Texto	Galería de imágenes	Público	Actual	N/A	Creencias?
Política de Calidad				Joomla	Información sobre la política de calidad y certificaciones	Texto	Galería de imágenes	Público	Mary	Mary	
Historia				Joomla	Recuento del colegio a través de los años	Texto	Galería de imágenes	Público	Mary	Mary	
Instalaciones				Joomla	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
Descripción				Joomla	Información sobre las instalaciones del colegio	Texto	Galería de imágenes	Público	Actual	Actual	
Plan Maestro				Joomla	Información de las futuras construcciones	Texto	Galería de imágenes	Público	Actual	Actual	
Formación				Joomla	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
Preescolar				Joomla	Información sobre la metodología	Texto	N/A	Público	Actual	Actual	
Primaria				Joomla	Información sobre la metodología	Texto	N/A	Público	Actual	Actual	
Diploma IB				Joomla	Información sobre el programa de Bachirato Internacional	Texto	N/A	Público	Mary	Mary	
Formación religiosa				Joomla	Información sobre la metodología	Texto	N/A	Público	Actual	Actual	
Excursiones				Joomla	Información sobre la excursión del colegio	Texto	N/A	Público	Mary	Mary	
Servicio Social				Joomla	Información sobre la metodología	Texto	N/A	Público	Actual	Actual	
Actividades				Joomla	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	
Uncoli				Joomla	Descripción de la Uncoli	Texto	Acceso al calendario de U	Público	Actual	Actual	
Extracurriculares				Joomla	Descripción de las actividades extracurriculares	Texto	N/A	Público	Actual	Actual	
Semana Cultural				Joomla	Descripción de la semana cultural y las actividades	Texto	N/A	Público	Actual	Actual	
Song Contest				Joomla	Descripción del evento, los participantes	Texto	N/A	Público	Mary	Mary	
Festival de Villancicos				Joomla	Descripción del evento, los participantes	Texto	N/A	Público	Actual	Actual	
Coro de Padres				Joomla	Texto	Texto	N/A	Público	Actual	Actual	menú adicional?
Foros y publicaciones				Joomla	Descripción de los foros y publicaciones del colegio	Texto	N/A	Público	Actual	Actual	

Estructura de Navegación				Aplicación	Descripción de la sección				Responsable Contenidos	
Nivel 0	Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3		Descripción de la sección	Básico	Avanzado	Acceso	Textos	Imágenes
	Admisiones			Joomla	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
		Prekinder		Joomla	Información para inscripciones	Texto	N/A	Público	Actual	Actual
			Programación de citas	Joomla	Formulario	Texto	Aplicación existente	Público	Actual	Actual
		Otros cursos		Joomla	Información de admisión	Texto	N/A	Público	Actual	Actual
	Menú			Joomla	Información semanal del menú	Texto	N/A	Público	Mary	Mary
	Servicios			Joomla	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
		Biblioteca		Joomla	Descripción de los servicios de la biblioteca	Texto	N/A	Público	Mary	Mary
			Acceso a la biblioteca	Joomla	Acceso a la aplicación de la biblioteca	Acceso	Aplicación existente (Priv	Público	Mary	Mary
		Cafetería		Joomla	Descripción de la cafetería	Texto	N/A	Público	Mary	Mary
		Recursos		Joomla	Pendiente	Pendiente	Pendiente	Público	Pendiente	Pendiente
			Solicitud de recursos	Joomla	Pendiente	Pendiente	Pendiente	Público	Pendiente	Pendiente
		Transporte		Joomla	Información sobre la empresa que presta el servicio			Público	Mary	Mary
			Contáctenos	Joomla	Formulario de contacto con la empresa	Formulario	Definir campos	Público	Mary	Mary
		Depto de Desarrollo Humano		Joomla	Texto	Texto	N/A	Público	Mary	Mary
	Agrupaciones			Joomla	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
		Padres de Familia		Joomla	Información de la agrupación	Texto	N/A	Público	Mary	Mary
		SERVIMOS		Joomla	Información de la agrupación	Texto	N/A	Público	Mary	Mary
		Consejo estudiantil		Joomla	Información de la agrupación	Texto	N/A	Público	Mary	Mary
		Redpapaz		Joomla	Información de la agrupación	Texto	N/A	Público	Mary	Mary
	IB			Joomla	Texto	Texto	N/A	Privado	Mary	Mary
	Se habla Español			Joomla	Aplicación	Pendiente	Aplicación existente	Público	Pendiente	Pendiente
				Joomla	Pendiente	Pendiente	Pendiente	Público	Pendiente	Pendiente
	Guía de Consulta			Joomla	Página con información y vínculos de interés	Texto	N/A	Público	Mary	Mary
	Aula para Padres			Joomla	No va	No va	No va	No va	No va	No va
	El Corcho			Joomla	Página con información para las alumnas.		Videos,	Público	Mary	Mary
	Exalumnas			Joomla	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
		Descripción		Joomla	Información sobre la asociación	Texto	N/A	Público	Mary	Mary
		Beneficios		Joomla	Información de los beneficios	Texto	N/A	Público	Mary	Mary
		Formulario de actualización		Joomla	Información que trae de la base y el usuario puede actualizar	Formulario	Definir campos	Público	Mary	Mary
	FMN Online			Joomla	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
		Padres		Joomla	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
			Circulares	Joomla	Muestra las circulares para la alumna seleccionada	Aplicación	Aplicación existente	Privado	PS	PS

Estructura de Navegación				Aplicación	Descripción de la sección				Responsable Contenidos	
Nivel 0	Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3		Descripción de la sección	Básico	Avanzado	Acceso	Textos	Imágenes
			Calendario	Joomla	Muestra el calendario de actividades	Aplicación	Aplicación existente	Privado	PS	PS
			Directorio	Joomla	Listado de datos de los padres	Aplicación	Aplicación existente	Privado	PS	PS
			Estado de Cuenta	Joomla	Información sobre el estado de cuenta	Aplicación	Aplicación existente	Privado	PS	PS
			Pago en Línea	Joomla	Información sobre el estado de cuenta	Aplicación	Aplicación existente	Privado	PS	PS
			Actualización de Datos	Joomla	Información que trae de la base y el usuario puede actualizar	Aplicación	Requerimientos	Privado	PS	PS
			Consulta de notas anteriores	Joomla	Consulta la notas del periodo pago.	Aplicación	Requerimientos	Privado	PS	PS
			Piramide	Joomla	Muestra los padres a los cuales debe llamar. Aparece el diagrama de la piramide	Aplicación	Requerimientos	Privado	PS	PS
		Alumnas		Joomla	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
			Circulares	Joomla	Muestra las circulares para la alumna seleccionada	Aplicación	Requerimientos	Privado	PS	PS
			Calendario	Joomla	Muestra el calendario de actividades	Aplicación	Requerimientos	Privado	PS	PS
			Consulta de notas anteriores	Joomla	Consulta la notas del periodo pago.	Aplicación	Requerimientos	Privado	PS	PS
			Contacte a las personerera	Joomla	Contacte a la personerera	Pendiente	Aplicación existente	Privado	Actual	Actual
			Consejo estudiantil	Joomla	Información delconsejo	Texto	N/A	Privado	Mary	Mary
			Aula Virtual	Joomla	Aplicación	Pendiente	Moodle	Privado	Pendiente	Pendiente
			Reserva de salones	Joomla	Aplicación	Pendiente	Moodle	Privado	Pendiente	Pendiente
			Norma trabajos escritos	Joomla	Aplicación	Pendiente	Moodle	Privado	Pendiente	Pendiente
			Consulta de tareas	Joomla	Aplicación	Pendiente	Moodle	Privado	Pendiente	Pendiente
			Test	Joomla	Aplicación	Pendiente	Moodle	Privado	Pendiente	Pendiente
		Profesores		Joomla	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
			Circulares	Joomla	Muestra las circulares para la alumna seleccionada	Aplicación	Requerimientos	Privado	PS	PS
			Calendario	Joomla	Muestra el calendario de actividades	Aplicación	Requerimientos	Privado	PS	PS
			Poner tareas	Joomla	Aplicación	Pendiente	Moodle	Privado	Pendiente	Pendiente
			Horarios	Joomla	Aplicación	Pendiente	Moodle	Privado	Pendiente	Pendiente
			Reserva de salones	Joomla	Aplicación	Pendiente	Moodle	Privado	Pendiente	Pendiente
			Directorio Alumnas Profesores	Joomla	Aplicación de búsqueda de alumnas por curso y de profesores por area	Texto	Aplicación	Privado	Mary	Mary
			Listado	Joomla	Aplicación	Pendiente	Moodle	Privado	Pendiente	Pendiente
			Información por Departamentos	Joomla	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

Estructura de Navegación				Aplicación	Descripción de la sección				Responsable Contenidos	
Nivel 0	Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3		Descripción de la sección	Básico	Avanzado	Acceso	Textos	Imágenes
			Ciencias	Joomla	Aplicación	Pendiente	Moodle	Privado	Pendiente	Pendiente
			Desarrollo Humano	Joomla	Aplicación	Pendiente	Moodle	Privado	Pendiente	Pendiente
			Educación Física	Joomla	Aplicación	Pendiente	Moodle	Privado	Pendiente	Pendiente
			Sociales	Joomla	Aplicación	Pendiente	Moodle	Privado	Pendiente	Pendiente
			Educación Artística	Joomla	Aplicación	Pendiente	Moodle	Privado	Pendiente	Pendiente
			Español	Joomla	Aplicación	Pendiente	Moodle	Privado	Pendiente	Pendiente
			Inglés	Joomla	Aplicación	Pendiente	Moodle	Privado	Pendiente	Pendiente
			Religión	Joomla	Aplicación	Pendiente	Moodle	Privado	Pendiente	Pendiente
			Matemáticas	Joomla	Aplicación	Pendiente	Moodle	Privado	Pendiente	Pendiente
			Calendario Uncoli	Joomla	Información con el calendario	Texto	N/A	Privado	Mary	Mary
			Documentos Institucionales	Joomla	Listado de documentos	Texto	N/A	Privado	Mary	Mary
			Manual de Convivencia	Joomla	Información	Texto	N/A	Privado	Actual	Actual
			Manual de emergencias	Joomla	Información	Texto	N/A	Privado	Mary	Mary
			Proyecto educativo institucional	Joomla	Información	Texto	N/A	Privado	Mary	Mary
			Reglamento interno de trabajo	Joomla	Información	Texto	N/A	Privado	Mary	Mary



Estrategias Interactivas

Nuevo diseño y administrador
de contenido Marymount



Antecedentes

El Colegio Marymount de Bogotá ha desarrollado durante los últimos 4 años su estrategia en Internet. Desde ese momento se ha usado el administrador de contenido PManager.

Aunque la página ha cumplido su función principal, es necesario pensar en la renovación de su sistema de administración de contenido, pues el administrador actual, se ha vuelto obsoleto para su manejo a raíz de las nuevas tecnologías.

EL Colegio Marymount cambió su identidad e imagen educativa el año pasado. Aunque en el último año se le han hecho modificaciones sencillas a la página, incorporando de manera parcial la nueva identidad del colegio, aprovechamos la coyuntura para incorporar de manera categórica la nueva identidad del colegio a través de un nuevo diseño de página.



Alcance de la Propuesta

Objetivos

1. Implementar una nueva herramienta para administración de contenido, que esté actualizada de acuerdo a los avances tecnológicos y que facilite las labores de actualización.
2. Realizar un nuevo diseño de la página, INCORPORANDO LA NUEVA IMAGEN EDUCATIVA DEL COLEGIO.
3. Ampliar la implementación de nuevos servicios a través del website



Nuevo diseño del website

El diseño será realizado entre un equipo interdisciplinario compuesto por diseñadores de PSMANAGER, Pedro Arenas, alumnas del Colegio y Alfonso Pinzón.

PSMANAGER hace de asesor, conduce al equipo de diseño del colegio y propone caminos guía a seguir. El Colegio a su vez presenta sus bocetos de home y páginas principales. Posteriormente PSMANAGER ajusta estos diseños para asegurar las mejores prácticas de funcionamiento, comunicación visual y de navegabilidad para Internet.



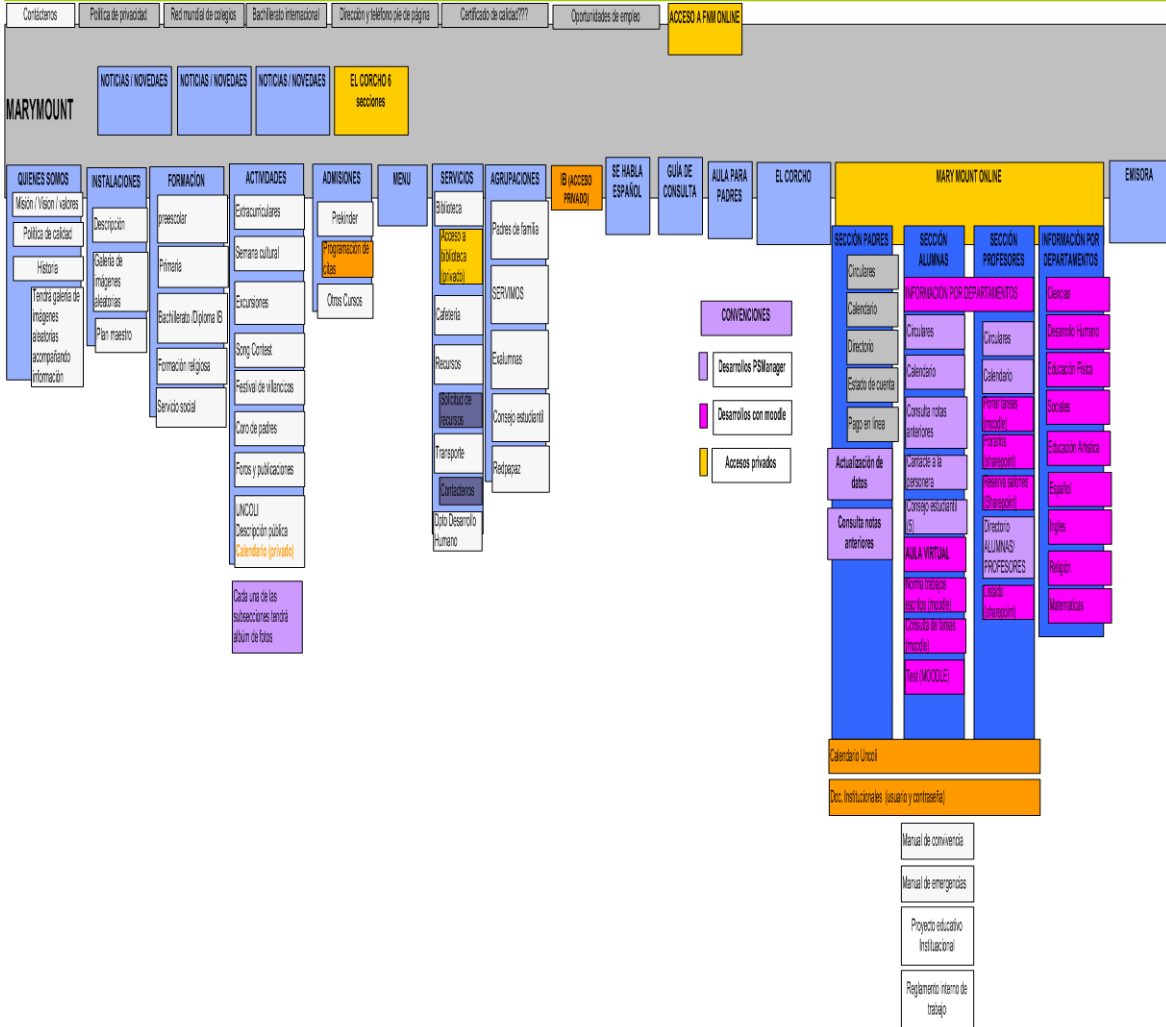
Metodología de diseño

PSMANAGER asesorará al equipo que se involucrará en el colegio, esto implica:

- Capacitación inicial sobre conceptos básicos de aplicación de Diseño para Internet.
- Reunión inicial para evaluación de los diseños recibidos, corrección y comentarios de mejoramiento.
- Segunda reunión para revisión de los ajustes.
- Reunión final y presentación del diseño.
- Ajustes del diseño sobre comentarios realizados por las directivas.



Mapa de navegación



Administrador de contenido

Solución para administración de contenido Joomla



El administrador de contenido propuesto (Joomla), es una herramienta de carácter gratuito, la mas avanzada en su grupo.

La que permitirá administrar con mayor libertad la estrategia web del Colegio Marymount.

PSManager realizará la instalación y el montaje de todo el website en esta aplicación, así mismo la capacitación para los usuarios.



Módulos de admisiones

Registro y asignación de citas

Marymount podrá crear nuevos eventos para los cuales se podrán pedir citas. Así mismo podrán parametrizar las cantidades de los rangos de fechas y la cantidad de citas por hora y la cantidad de horas diarias.

Actualización de datos

Formulario para que los padres actualicen sus datos, esta información se almacenará en base de datos, la cual podrá ser descargada en un archivo para actualizar la información del sistema de Marymount.



Módulos interactivos

Sección se habla español

Sección para que los profesores de español puedan subir su información, vinculado a la herramienta de administración de contenido

Piramide de comunicaciones

Se tendrá el diseño de la piramide de comunicaciones que a su vez al pararse encima de cada niña mostrará los datos de contactos, que serán actualizados automáticamente junto con la base de datos de alumnas



Sección de alumnas y profesores

El dinamismo que ha venido tomando la estrategia web, ha mostrado la necesidad de involucrar también a las alumnas y profesores brindando servicios exclusivos para estos grupos.



Módulos de admisiones

Administración de usuarios

Esta es la herramienta que permite tener accesos privados para cada uno de los alumnos y profesores. Permitiendo administrar las claves y recordación de contraseña.

Calendario de eventos

Calendario con información segmentada por curso al cual pertenecen las alumnas, así mismo para los eventos generales del colegio y los profesores, cada grupo puede consultar exclusivamente su eventos asignados

Circulares

Solución que permite enviar circulares a distintos grupos de Alumnas y Profesores

Directorio

Directorio per curso para alumnas y profesores (cada grupo puede consultar solo su información)



Implementaciones adicionales

- Moodle
- Share Point



Moodle

Moodle es una herramienta con licencia de código abierta creada para el manejo de comunidades virtuales enfocadas a la educación.

Psmanager realizará la implementación de la herramienta y el montaje de las plantillas de diseño basada en el diseño del webiste teniendo en cuenta las limitaciones de la herramienta.

Brindaremos una capacitación de 6 horas para el aprendizaje de la herramienta

El montaje de los cursos y demás deberá ser realizado por cada docente que así lo vaya a hacer



Share Point

PSManager entregará el diseño de cabezotes y footers para que el Colegio realice la implementación de este diseño en la herramienta de Share Point que están implementando, así mismo se habilitarán los links en la página que dirigirán a la herramientas planteadas con sharepoint



Equipo de trabajo

Dirección del proyecto

Norma Nuñez: 7 años de experiencia en desarrollo de estrategias Web

Dirección de diseño

Pedro Arenas: 20 años de experiencia en diseño web, experto en comunicación y diseño web

Dirección de desarrollo

Federico Ramirez – Pilar Bojaca: Cada uno con más de 7 años de experiencia en diseño y desarrollo Web

Diseño

Lina Henríquez- Henry Corredor: 3 años de experiencia en diseño web

Desarrollo

Carlos Vanegas – Edwin Estacio: Cada uno con más de 5 años de experiencia en desarrollo web, plataforma Windows

Apoyo estratégico

Alejandro López: 8 años de experiencia en dirección y desarrollo de proyectos Web



Propuesta económica

CONCEPTO	VALOR
Diseño de la Página Web	\$ 8.910.000
<ul style="list-style-type: none">- Asesoria al equipo de diseño del colegio- Diseño de la página según estructura de contenido planteada- Desarrollo de plantillas en código html según diseño aprobado	
Montaje del administrador de contenido en los servidores	\$ 2.460.000
<ul style="list-style-type: none">- Implementación y montaje de la herramienta para administración de contenido Joomla en el servidor de hospedaje.- Integración con aplicaciones actuales y nuevos desarrollos	
Montaje de plantillas de diseño y montaje de información en el administrador de contenido	\$ 8.460.000
<ul style="list-style-type: none">- Montaje de las plantillas en la herramienta para administración de contenido Joomla- Diseño de plantillas de respuesta (agradecimiento, falta información, error, etc)- Montaje de contenido existente- Una sesión de capacitación en el uso de la herramienta para el personal del colegio.	
TOTAL	\$ 19.830.000



Propuesta económica

CONCEPTO	VALOR
Solución registro y asignación de citas	\$ 3.660.000
<ul style="list-style-type: none"> - Solución que permite crear nuevos eventos para citas - Asignar rango de fechas - Asignar cantidad de citas por horas - Asignar cantidad de horas por día 	
Solución para actualización de datos de los padres de familia	\$ 3.400.000
<ul style="list-style-type: none"> - Actualización de los datos de los padres de familia, que estará en la sección de padres 	
Sección se habla español	\$ 3.900.000
<ul style="list-style-type: none"> - Sección para el área de español actualizada por los profesores 	
Pirámide de comunicaciones	\$ 2.400.000
<ul style="list-style-type: none"> - Pirámide de comunicaciones actualizada por base de datos 	
TOTAL	\$ 13.360.000



Propuesta económica

CONCEPTO	VALOR
Consulta de notas por parte de padres de familia alumnas y profesores	\$ 4.900.000
<ul style="list-style-type: none"> - En la sección FHM online, podrán consultar las notas de las calificaciones de sus hijas - Esta información será ingresada a través de archivos planos 	
TOTAL	\$ 4.900.000



Propuesta económica

Sección alumnas y profesores

CONCEPTO	VALOR
Acceso privado a usuarios	\$ 1.890.000
Según funcionalidades planteada Debe unirse a la funcionalidad que actualmente tiene el Colegio	
Calendario	\$ 2.900.000
Eventos de profesores y alumnas por curso Eventos generales de colegio	
Circulares	\$ 1.940.000
Circulares para alumnas y profesores Circulares generales del colegio	
Directorio	\$ 1.800.000
Directorio de alumnas y profesores Per curso Ingreso de información a través de archivos planos	
TOTAL	\$ 8.530.000



Propuesta económica

Moodle y Sharepoint

CONCEPTO	VALOR
Implementación del Moodle y capacitación	\$ 3.900.000
Implementación de la herramienta para comunidades educativas virtuales Secciones de: <ul style="list-style-type: none"> - Información por departamentos - Consulta y solución de tareas - Test y evaluaciones en línea - Clase en línea - Foros de discusión 	
Entrega plantillas para Sharepoint	\$ 0
Entrega de las plantillas para implementar en el sharepoint	



