



**DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA LA DIRECCIÓN
DE INVESTIGACIÓN DE LA VICERRECTORÍA REGIONAL LLANOS (VRLL)**

JAMES ANDRÉS ALMANZA VELÁSQUEZ

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS-REGIONAL LLANOS

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

COMUNICACIÓN SOCIAL-PERIODISMO

VILLAVICENCIO

2016



**DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA LA DIRECCIÓN
DE INVESTIGACIÓN DE LA VICERRECTORÍA REGIONAL LLANOS (VRL)**

JAMES ANDRÉS ALMANZA VELÁSQUEZ

Asesora metodológica

ANDREA DEL PILAR PABÓN MÉNDEZ

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS-REGIONAL LLANOS

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

COMUNICACIÓN SOCIAL-PERIODISMO

VILLAVICENCIO

2016

**DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA LA DIRECCIÓN
DE INVESTIGACIÓN DE LA VICERRECTORÍA REGIONAL LLANOS (VRL)**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

GESTIÓN SOCIAL, PARTICIPACIÓN Y DESARROLLO COMUNITARIO

SUB LÍNEA:

COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

AGRADECIMIENTOS

Esta investigación no hubiera sido posible sin el apoyo e interés brindado por una serie de personas, en especial a la Ingeniera Nubia Cruz Casallas, Directora de Investigaciones de la UNIMINUTO Vicerrectoría Regional Llanos, quien me acompañó y compartió conmigo sus saberes desde el inicio de este proceso. Al igual que Andrea Pabón Méndez, Coordinadora del programa Comunicación Social – Periodismo, por confiar en mí y brindarme su amistad además de ser asesora la presente investigación.

Dedicado a mis padres, sin su esfuerzo nada de esto sería posible.

“La Comunicación es acción y la acción es comunicación”. Joan Costa.

RESUMEN

La comunicación es fundamental para toda organización, ésta deberá ser estratégica y planeada, persiguiendo los objetivos internos y externos de la empresa. En este caso se pretende estructurar una estrategia de comunicación para la Dirección de Investigación de la Vicerrectoría Regional Llanos (VRLL), con el fin de suplir las necesidades comunicativas de la misma, fortalecer procesos de comunicación existentes y abrir campos de participación en los procesos investigativos. En el marco de este proyecto, se realizará un diagnóstico basado en una serie de entrevistas y encuestas, así como el análisis de la información a comunicar. A partir de los resultados se dará inicio al diseño de la estrategia de comunicación que permita a los estudiantes de la Vicerrectoría Regional Llanos (VRLL) apropiarse de cada uno de los procesos que desarrolla la Dirección de Investigación, y así contribuir al fomento de jóvenes investigadores en pro del desarrollo social.

ABSTRAC

The communication is essential for any organization; it must be strategic and planned, pursuing internal and external objectives of the company. In this case it is to structure a communication strategy for the Research of Vicerrectoría Regional Llanos (VRLL), in order to meet the communication needs of it, strengthen existing communication processes and open fields of participation in the investigation process. Under this project, a diagnosis based on a series of interviews and surveys and analysis of the information to be communicated is performed. From the results start will be given to the design of the communication strategy that allows students Vicerrectoría Regional Llanos (VRLL) appropriating each of the processes developed by the Research and thus contribute to the promotion of young researchers for social development.

CONTENIDO

RESUMEN	5
ABSTRAC	6
INTRODUCCIÓN	9
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	10
Formulación	11
OBJETIVOS	12
Objetivo general	12
Objetivos específicos	12
JUSTIFICACIÓN	13
REFERENTES TEÓRICOS DE LA COMUNICACIÓN	14
Procesos de comunicación	14
Teorías de la organización	16
Comunicación organizacional	17
Comunicación interna	17
Comunicación horizontal	19
Comunicación ascendente	19
Comunicación descendente	20
Comunicación Externa	20
Plan o estrategia de comunicación	21
MARCO TEÓRICO	23
Teoría según la investigación	23
Teoría crítica	23
ÁREA DE INFLUENCIA DE LA INVESTIGACIÓN	24
El Minuto de Dios, Contexto Institucional	24
Corporación Universitaria Minuto de Dios- UNIMINUTO	24
UNIMINUTO Vicerrectoría Regional Llanos (VRLL)	26
Dirección de Investigación Vicerrectoría Regional Llanos (VRLL)	26
MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN	29
Tipo de Investigación	29

Método de la investigación	29
FUENTES DE LA INFORMACIÓN.....	30
Fuentes Primarias.....	30
Fuentes Secundarias.....	30
POBLACIÓN Y MUESTRA	31
Población.....	31
Muestra	31
TÉCNICAS PARA LA RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN.....	33
Observación participante	33
Encuesta	33
Entrevista	33
INSTRUMENTOS	34
Entrevista	34
Encuesta	34
PLAN DE ACTIVIDADES.....	35
RESULTADOS	38
Análisis de la Encuesta	38
Análisis de la Entrevista.....	52
Análisis de situación DOFA	55
Matriz MEFI (Matriz de Evaluación del Factor Interno).....	56
Matriz MEFE (Matriz de Evaluación del Factor Externo)	57
ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN.....	58
CONCLUSIONES.....	60
RECOMENDACIONES	60
BIBLIOGRAFÍA	61
ANEXOS	64
Formato de la entrevista.....	64
Formato de la encuesta.....	65

INTRODUCCIÓN

El mundo como lo conocemos, es por hoy una aldea global, todo como alguna vez lo visionó Marshall McLuhan, un círculo gigante que se hace pequeño a través de las nuevas tecnologías de la información, es en ese sentido la comunicación el puente que ha integrado y unificado las masas, todo lo que hacemos hoy tiene que ver con comunicación.

Bajo esta premisa, las empresas u organizaciones que son las que mueven el mundo comercial se han interesado entonces en la comunicación como estrategia fundamental en cada una de sus actividades, tanto comerciales como internas con el fin de obtener éxito.

Es ésta la razón de la presente investigación, pues el objetivo principal se centra en una estrategia comunicativa que lleve a la Dirección de Investigación a tener éxito en cada una de las actividades que ofrece para toda su comunidad educativa.

La forma pertinente para desarrollar esta estrategia se basa en la rigurosidad de los procesos establecidos para generar y desarrollar una investigación con el fin de conseguir que la misma haga parte de una visión innovadora o de transformación social.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La Corporación Universitaria Minuto de Dios (UNIMINUTO), tiene como base misional tres pilares básicos para el desarrollo de las competencias de cada uno de sus estudiantes; la educación, la investigación y la proyección social. La investigación como macro proceso es esencial para UNIMINUTO, puesto que es un vehículo para el desarrollo y la transformación social, su misión radica en “Proveer a las comunidades educativas y de base de las distintas regiones colombianas, del conocimiento que su desarrollo integral demande, mediante la ejecución de la investigación, el desarrollo tecnológico y la innovación, como parte integral y sustantiva del proyecto educativo Institucional de la Corporación Universitaria Minuto de Dios” (UNIMINUTO, 2015). Toda actividad de investigación, se realiza bajo las directrices de la Dirección General de Investigaciones (DGI), quien a su vez es la entidad que regula las publicaciones, los proyectos de investigación y los trabajos de investigación como opción de grado.

La Vicerrectoría Regional Llanos (VRLL) cuenta con una Dirección de Investigación que es la encargada de establecer y coordinar los procesos para la ejecución de las diferentes actividades de investigación que involucran estudiantes, docentes y comunidad externa, esta se ha encontrado con recurrentes problemas de comunicación como acciones desarticuladas, proyectos investigativos con bajo impacto por falta de difusión y falta de interés hacía la investigación misma. Por esta razón, la Dirección de Investigación se ve en la necesidad de desarrollar un plan o estrategia de comunicación, entendida como un marco que integra los recursos de comunicación corporativa en un

diseño de largo plazo de acuerdo a unos objetivos claros que dan una rentabilidad a la empresa u organización (Garrido, 2013).

Formulación

¿Cómo lograr que la información generada desde la Dirección de Investigación de UNIMINUTO Vicerrectoría Regional Llanos (VRLL) llegue a toda su comunidad de académica.

OBJETIVOS

Objetivo general

- Fortalecer procesos comunicativos en la Dirección de Investigación de la Vicerrectoría Regional Llanos (VRLL).

Objetivos específicos

- Determinar la estructura de comunicación existente en la Dirección de Investigación de la (VRLL)
- Identificar las necesidades comunicativas que tiene la Dirección de Investigación de la Vicerrectoría Regional Llanos (VRLL)
- Diseñar una estrategia de comunicación para que la información generada desde la Dirección de Investigación de la Vicerrectoría Regional Llanos (VRLL) llegue a toda la comunidad UNIMINUTO

JUSTIFICACIÓN

El diseño de una estrategia de comunicación para la Dirección de Investigación de la Vicerrectoría Regional Llanos (VRLL), es necesario por cuanto las dinámicas propias de la vida universitaria exigen que la comunidad académica sea parte fundamental de los procesos investigativos; por esta razón un diagnóstico permitirá conocer necesidades comunicativas y conducirá a generar posibles soluciones con base en una estrategia.

De esta forma, el diseño de una estrategia de comunicación, permitirá que la Dirección de Investigación logre ser eficaz en cada uno de los procesos comunicativos que desarrolle, buscando que los estudiantes y docentes de la Vicerrectoría Regional Llanos se empoderen de la investigación y la adopten en sus campos sociales y profesionales.

Para concluir, es necesario determinar que el objetivo de este proyecto investigativo, es la participación y el compromiso de la comunidad universitaria en los trabajos de investigación, para fomentar la innovación y el desarrollo social de la región.

REFERENTES TEÓRICOS DE LA COMUNICACIÓN

Procesos de comunicación

Por naturaleza el ser humano es sociable. La comunicación es un proceso inherente para el hombre, es una necesidad básica, por ende, el desarrollo humano y la comunicación son términos inseparables. Para (Pascual, 2010) la comunicación es circunstancial a nuestra especie y es una cualidad que favorece nuestra supervivencia y nuestra perpetuación en la mayor parte de los ecosistemas del planeta. Una teoría similar es abordada por (Piotrowski, 2001, p.55) en la que expresa que “la comunicación es inherente al hombre, pero a la vez, a la sociedad. Mediante ella buscamos una buena convivencia y relaciones adecuadas entre los seres humanos).

Estos procesos comunicativos han acompañado al hombre desde sus inicios y han ido evolucionando con él.

Cuando hablamos de comunicación, no necesariamente nos estamos refiriendo al habla, la comunicación es mucho más que eso, si bien está claro que siempre nos comunicamos, es necesario entender que la comunicación se puede manifestar de mil formas, con lenguajes verbales y no verbales como gestos, movimientos, símbolos entre otros. “El marco cultural y cada situación en particular determinan los encuentros personales. El lenguaje, las formas de comunicación no verbal, las convenciones sociales, los valores e ideologías, entre otros, afectan al comportamiento social de forma directa e indirecta” (Castro, 2007, p.3)

Se presume que el primer intento por estudiar la comunicación se remonta a la antigüedad, estudiado por Aristóteles (384-322 A.C) en su obra La Retórica, en el que

denominó esa comunicación en tres conceptos: Orador-Discurso-Auditorio, (Castro & Moreno, 2006) afirman que el proceso aristotélico es lineal, Audiencia Emisor Mensaje, es decir, todo gira en torno a los intereses del emisor, como se plantea a través del ethos, el pathos y el logos, la disposición de los elementos y del resultado parecen depender del orador.

Luego de esta aproximación aristotélica de los aspectos de la comunicación, se estima que en la década de los 20 se dio inicio como tal a las primeras investigaciones de las ciencias de la comunicación de la mano de Harold W. Laswell en la que proponía una fórmula de encadenamiento lineal de 5 preguntas ¿Quién, dice qué, por cuál canal, a quién y con qué efecto? tal cómo lo explica (Galeano, 1997).

Por otra parte, la comunicación se asocia con el liderazgo, con la imagen y el hedonismo, con los medios de comunicación, con la conducción de grupos humanos, con el clima de trabajo, con la cultura en general, y con la solución de problemas, con el entendimiento y el progreso. (Rojas y Arapé, 2008)

Por lo anterior, la comunicación entendida como una actividad humana desarrollada todo el tiempo en el entorno y es en ese orden de ideas el desarrollo de la misma se da en los distintos ámbitos sociales.

“La familia como microsistema natural, en constante interacción con el medio cultural y social, donde cada uno de sus integrantes interactúa como micro grupo con su entorno donde existen factores sociales, biológicos y psicológicos constituye un sistema dinámico evolutivo, susceptible de continuas transformaciones”.(Moré, Velazco, Atanes, & Zunzunegui, 2012). Lo que plantean los autores, es que la familia como primera

organización social desarrolla un lenguaje de expresión simbólica e identidad cultural. Por ello, se hace necesario entender la comunicación desde teorías de las organizaciones

Teorías de la organización

El término organización es utilizado por muchos campos de estudio, para algunos investigadores es la conformación de un grupo de personas, y en ese sentido la familia es la organización directa a la que pertenece cada persona. En términos administrativos, organización es una estructura que comprende funciones de talento humano, tanto recursos económicos, como tecnológicos. Según (Ahumada, 2001) Si bien la organización no es concebible sin los sujetos que la conforman, requieren más que la existencia.

Las organizaciones se catalogan como pequeñas, medianas o grandes empresas y pueden ser de naturaleza pública, privada o mixta. Estas se organizan con la finalidad de obtener dividendos económicos a partir de la oferta de productos o servicios.

Para (Drucker, 2004) La organización está hecha a propósito, con un objetivo en particular, una organización se define por su labor. Dice también que una organización es eficaz si se concentra en una única labor.

Otro concepto de organización pertinente es el de (García, 1998) en el que dice que la empresa u organización es un órgano de la sociedad que tiene como objetivo obtener beneficios.

“Las organizaciones nos rodean por todas partes. Nacemos en ellas y generalmente, morimos en ellas. El espacio entre los dos puntos en tiempo está colmado con ellas. Es perfectamente imposible escaparse de ellas. Son tan inevitables como la muerte y los impuestos” (Hall, 1983, p.3).

Entender las organizaciones como escenarios de comunicación posibilita la obtención de resultados, facilita las dinámicas de relacionamiento y se apunta a el desarrollo humano y social, por ello es básico entender el rol de la comunicación

Comunicación organizacional

La comunicación es un proceso inherente a la organización, toda organización requiere de estrategias comunicativas para el desarrollo de sus actividades, “La empresa como unidad social organizada y abierta está indisolublemente ligada al fenómeno de la comunicación y éste es impensado como tal, fuera del campo cultural y social” (Garrido, 2007, p.2)

En ese sentido la comunicación en la organización establece relaciones sociales y laborales, que en este caso determinarán el funcionamiento de la misma. Dichas relaciones deben ser lógicas y estratégicas con el propósito de conseguir que la empresa sea eficaz internamente por quienes la conforman y con sus públicos externos.

Según (Garrido, 2013) la comunicación para la organización de este siglo requiere un paradigma en conjunto de varios órganos en función a sus necesidades.

Entonces la comunicación organizacional, está encaminada en los procesos que se realizan interna y externamente de la misma, el diseño y gestión de estrategias en pro de los intereses de la organización (Arias, 2014).

Comunicación interna

Este tipo de comunicación es apropiada para la organización, puesto que gira en torno a cada una de las personas que la constituyen, en ese sentido las relaciones interpersonales pueden ser la base del éxito o fracaso de la misma.

La comunicación interna en el entorno de la organización puede llegar a consolidar, cooperar y motivar al recurso humano y lograr que la acción laboral sea en función de calidad para que sea propia del éxito, esto según (Arias, 2014).

Para (Cervera, 2008) esta comunicación siempre ha estado para establecer una fluida relación entre los actores de la empresa, y es el principal artífice de la transparencia y no debe ser considerada como un vehículo de transmisión de información. Afirma también que es una herramienta fundamental en la gestión empresarial que pretende obtener una imagen positiva y un clima adecuado.

Figura 1: Objetivos de la comunicación interna

OBJETIVOS DE LA COMUNICACIÓN INTERNA
<ul style="list-style-type: none"> • Lanzar un mensaje único a toda la compañía (eliminando intermediarios y evitando rumores)
<ul style="list-style-type: none"> • Mayor y mejor comunicación (la información debe ser reconocida a través de canales institucionales antes que ningún otro)
<ul style="list-style-type: none"> • Motivación, credibilidad y confianza (desarrollando el sentido de pertenencia y creando un buen ambiente de trabajo para lograr objetivos mayores)
<ul style="list-style-type: none"> • Reconocimiento de los méritos de los demás (por los superiores, por los colaboradores y por los compañeros)
<ul style="list-style-type: none"> • Fomentar el trabajo en equipo y las relaciones interpersonales
<ul style="list-style-type: none"> • Reforzar los valores y las conductas de liderazgo

Fuente: (Cervera, 2008).

Dentro del proceso de la comunicación interna, podemos encontrar tres canales de manejo de comunicación.

Comunicación horizontal

Este canal de la comunicación interna, es el que se articula entre iguales, es decir integrantes de la misma posición jerárquica de la empresa.

(Cervera, 2008) dice que el objetivo principal de la comunicación horizontal es lograr la coordinación y el buen clima laboral entre los mismos, evitando reducción o duplicidad de carga laboral y compartiendo información del mismo nivel.

La mayoría de mensajes emitidos son de coordinación, busca que en la misma línea todos sean partícipes y de esa forma generar un buen clima laboral.

Comunicación ascendente

Esta comunicación es la que proviene desde los miembros de producción de la empresa, y conduce hasta llegar a la dirección de la misma, su objetivo principal es hacer una retroalimentación o un Feedback en la que los operarios exponen necesidades o aportan ideas con el fin de mejorar aspectos de la organización, para (Ongallo, 2007, p.55) por ejemplo, “La comunicación ascendente permite a los responsables de los distintos niveles tener un contacto estrecho con los niveles inferiores. De este modo se asegura el conocimiento de las actividades y los resultados de los colaboradores. Así mismo, permite que éstos expresen sus aspiraciones, satisfacciones y problemas. Sin ella, serían imposibles la participación en la organización y la gestión clara de los responsables”.

De igual forma, afirma que este tipo de comunicación establece un clima de confianza, que se busca sea permanente y continua.

Comunicación descendente

Comunicación descendente tiene su origen desde la dirección de la organización hacía el resto de ella (mandos medios, operarios). Según (Ongallo, 2007) es inmediata y prioritaria, pues permite que cada integrante sea participe y condiciona a las demás formas de información con su acción.

Figura 2: Medios de transmisión de comunicación

MEDIOS UTILIZADOS PARA LA COMUNICACIÓN DESCENDENTE
<ul style="list-style-type: none"> • Soportes escritos (periódicos, folletos, carteleras)
<ul style="list-style-type: none"> • Reuniones y conferencias
<ul style="list-style-type: none"> • Mensajes telefónicos o electrónicos

Fuente: (Ongallo, 2007)

Comunicación Externa

Si bien el objetivo de la comunicación interna es tejer redes de comunicación dentro de la organización, lo que busca la comunicación externa es hacerlo fuera de ella. Para (Portillo, 2012) es la comunicación dirigida en forma masiva a públicos externos a la organización, en esta se generan estrategias de comunicación comercial y publicitaria, impulsando su imagen corporativa al exterior.

Está comunicación debe ser muy estratégica, pues es la encargada de dar a conocer a todos los clientes, consumidores u otras organizaciones (stakeholders) su imagen, producto y servicio para abrirse campos en mercados existentes y explorar mercados desconocidos.

(Sánchez, 2005) dice que la comunicación externa consiste en vehicular información desde la organización hacia un conjunto de opinión pública a través de los medios de comunicación social. Para Sánchez, lo importante de esta comunicación es incorporar y mantener el estilo de la imagen o firma que la distinguen de las demás.

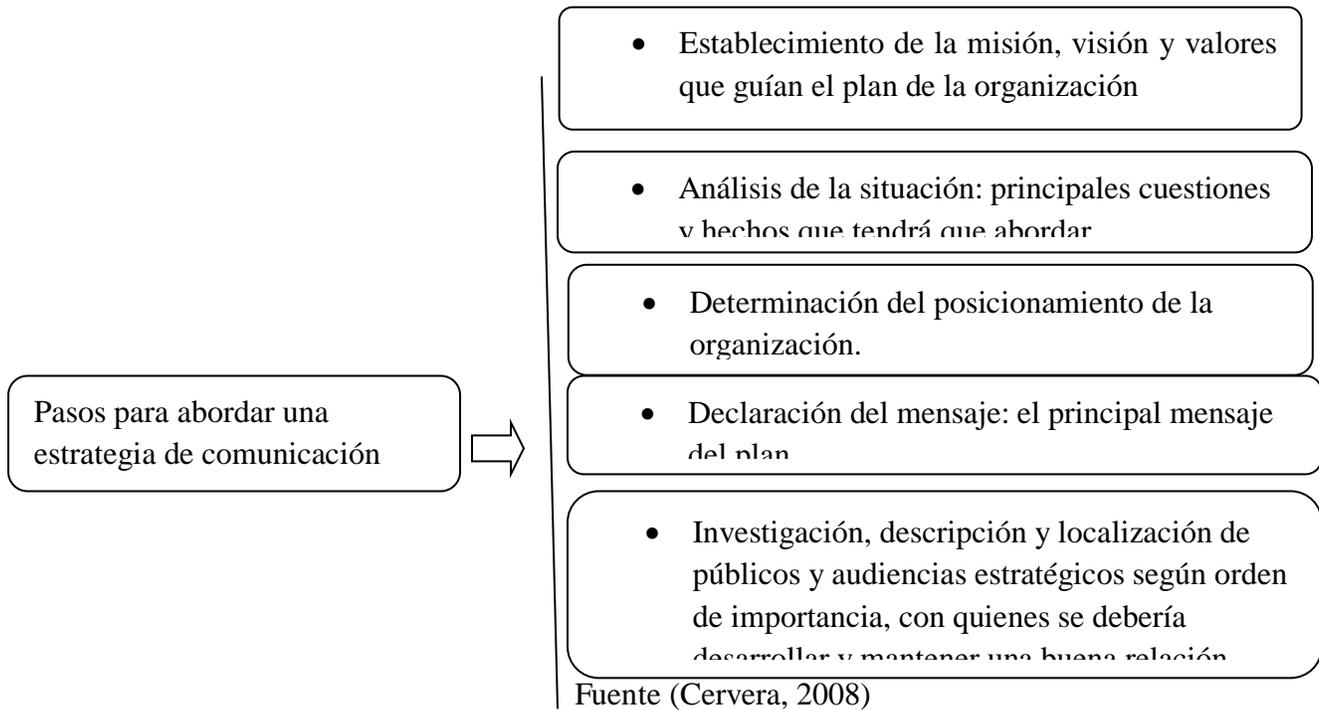
Plan o estrategia de comunicación

Este tipo de comunicación es por hoy, un campo muy estudiado por las organizaciones, pero no pasa de ser un campo en construcción, pues este se enfrenta a constantes cambios determinado por las globalizaciones. Lo positivo de ésta es que cada vez más empresas se han preocupado por su utilidad, pues ven en ella el puente directo al éxito.

Para (Hernández, 2002) los planes de comunicación se realizan para fijar o definir los criterios básicos de comunicación (interna, externa y marketing) Y (Cervera, 2008) explica que este debe describir el proceso de la comunicación para explicar a los directivos y stakeholders de una organización procesos que puedan llevar a la misma al éxito.

En pocas palabras, lo que plantean los dos autores, es que las estrategias de comunicación son una herramienta de planificación de objetivos en pro del éxito de una organización.

Figura 3: Pasos para abordar una estrategia de comunicación



MARCO TEÓRICO

Teoría según la investigación

DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA LA DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN, tiene afines, o se encuentra enmarcado dentro del **pensamiento crítico**, pues este tipo de investigación está comprometida con una causa o idea del entorno en el que se desenvuelve, esta no solo se preocupa por la generación y obtención de conocimiento, lo que pretende es generar una movilización, un cambio que transforme y termine en el mejoramiento o solución de una necesidad.

Teoría crítica

La Teoría Crítica es una teoría que aspira a una comprensión de la situación histórico-cultural de la sociedad, aspira, también a convertirse en fuerza transformadora en medio de las luchas y las contradicciones sociales.

(Osorio, 2007) “La Teoría Crítica de la sociedad de la escuela de Frankfurt”

Universidad Militar Nueva Granada; la teoría crítica se propuso interpretar y actualizar la teoría marxista originaria según su propio espíritu. Por ello, entiende que el conocimiento no es una simple reproducción conceptual de los datos objetivos de la realidad, sino su auténtica formación y constitución. La Teoría Crítica se opone radicalmente a la idea de teoría pura que supone una separación entre el sujeto que contempla y la verdad contemplada, e insiste en un conocimiento que está mediado tanto por la experiencia, por la praxis concreta de una época, como por los intereses teóricos y extra teóricos que se mueven dentro de ellas.

ÁREA DE INFLUENCIA DE LA INVESTIGACIÓN

El Minuto de Dios, Contexto Institucional

Según (Fajardo & García, 2015) en su libro UNIMINUTO Memorias Estadísticas 2013 el proyecto Minuto de Dios se inició en el año 1955 por el padre Rafael García Herreros, sacerdote católico de la comunidad Eudista, con el objetivo de promover el desarrollo integral de las personas marginadas en búsqueda de la igualdad social.

La principal característica del proyecto Minuto de Dios, es el servicio orientado desde el evangelio. Sus líneas de acción son la evangelización, vivienda y hábitat, educación, desarrollo social, medios de comunicación y cultura en aras de su objetivo misional, esto según (Fajardo & García, 2015).

Corporación Universitaria Minuto de Dios- UNIMINUTO

La educación superior siempre estuvo en los planes del padre Rafael García Herreros, por esa razón el 31 de agosto de 1988 la Corporación Minuto de Dios y la Congregación de Jesús y María se unieron para fundar la Corporación Universitaria Minuto de Dios UNIMINUTO, luego en el año 1990 el ICFES aprueba el estudio mediante el acuerdo N° 062, para darle paso al reconocimiento de la personería jurídica por parte del Ministerio de Educación mediante la resolución 10345, (Fajardo & García, 2015).

Figura 4: Visión, Misión y Principios UNIMINUTO

VISIÓN	MISIÓN
<p>El sistema Universitario UNIMINUTO inspirado en el evangelio, el pensamiento social de la iglesia, la espiritualidad Eudista y el Carisma del Minuto de Dios, tiene como propósitos:</p> <p>Ofrecer educación superior de alta calidad y pertinente con opción preferencial a quienes no tienen acceso a ella, a través de un modelo innovador integral y flexible.</p> <p>Formar excelentes seres humanos, profesionales competentes, éticamente orientados y comprometidos con la transformación social y el desarrollo sostenible.</p> <p>Contribuir, con nuestro compromiso y testimonio, a la construcción de una sociedad fraterna, justa, reconciliada y en paz.</p>	<p>En 2019, UNIMINUTO, es reconocida a nivel nacional e internacional como una institución de educación superior, que desde su modelo educativo inspirado en el Humanismo Cristiano, forma personas integrales, como profesionales competentes y emprendedores, abiertos a la búsqueda de Dios y al servicio del hombre, contribuyan al desarrollo de sus comunidades y de una sociedad equitativa. UNIMINUTO se caracteriza por ser una institución incluyente y sostenible, soportada en una cultura de alta calidad, con una oferta educativa amplia y pertinente, de gran cobertura, fácil acceso, uso de nuevas tecnologías, promoción de la innovación social y de iniciativas de cooperación para el desarrollo.</p>
PRINCIPIOS UNIMINUTO	
<p>Humanismo Cristiano: Creemos en la persona humana como ser integral e hijo de Dios.</p> <p>Actitud ética: promover este comportamiento a partir de los valores fundamentales, autonomía y libertad.</p> <p>Espíritu de Servicio: es un honor servir, legado del padre Rafael García Herreros “Que nadie se quede sin vivir”.</p> <p>Excelencia: prestar servicios de educación de calidad, para la satisfacción de los estudiantes y la sociedad.</p> <p>Educación para todos: promovido a través de un sistema educativo de amplia cobertura, fácil acceso y éxito académico.</p> <p>Desarrollo sostenible: se proporciona un desarrollo sostenible a nivel social, económico de las comunidades en búsqueda de calidad de vida.</p> <p>Praxeología: incentiva el ejercicio de la práctica, como validación de la teoría y como método de la enseñanza y aprendizaje</p> <p>Comunidad académica: construir una calidad académica sólida que asegure la calidad de la educación</p> <p>Democracia participativa: que todos tengan acceso a la información, donde se ejerza libremente el consenso y disenso, y que se solucionen conflictos a través de diálogos.</p> <p>Identidad cultural: infundir a la patria y sus tradiciones, respetando la diversidad y favoreciendo la integración.</p>	

Fuente Fajardo y García (2015, P: 15-17)

UNIMINUTO Vicerrectoría Regional Llanos (VRLL)

UNIMINUTO llega a la Regional Villavicencio el segundo semestre del año 2003 por medio del acuerdo N° 029. El inicio de sus labores académicas se radican en el año 2004 en el barrio San Benito, bajo la dirección del Ingeniero Gabriel Romero Caicedo con 46 estudiantes de dos programas distintos, (Fajardo & García, 2015). Dicen además que en el primer semestre del año 2006, debido al posicionamiento que logró la Universidad, se vio en la necesidad de buscar otra sede que albergara más estudiantes, y es así como inicia labores en el centro de la ciudad ubicada en la calle 40 N° 33^a-32 sede que hasta la fecha se encuentra en operaciones, esto de la mano señor Miguel Ángel Téllez Tolosa, quien en 2009 se convertiría en el director de la Regional Villavicencio.

Para el año 2013 UNIMINUTO Regional Villavicencio pasaría a ser Vicerrectoría Regional Llanos, conformada por el Centro Regional Villavicencio y CERES Mitú, esta vez bajo de la dirección del Vicerrector Jairo Enrique Cortes Barrera. (Fajardo & García, 2005)

Dirección de Investigación Vicerrectoría Regional Llanos (VRLL)

La Corporación Universitaria Minuto de Dios tiene como base misional tres pilares fundamentales para el desarrollo educativo e integral de cada uno de sus estudiantes, la investigación es uno de estos tres pilares, con los que UNIMINUTO forma estudiantes investigativos e innovadores para el desarrollo social.

“La Vicerrectoría Regional Llanos (VRLL) realiza su actividad de investigación bajo las políticas de la Dirección General de Investigaciones - DGI del Sistema UNIMINUTO, de acuerdo a las resoluciones rectorales 1294 del 16 de Mayo de 2013, 1340, 1341, 1342, 1344 de enero de 2015 y al Acuerdo número 01 de 19 de enero de 2015” Cruz-Casallas (*sf*, p.1).

Para (Cruz-Casallas, *sf*) La Dirección de Investigación de la Vicerrectoría Regional Llanos (VRLL) es la encargada de ejecutar las políticas del sistema UNIMINUTO, y direcciona su actividad bajo las cuatro (4) líneas de investigación:

- Gestión social, participación y desarrollo comunitario
- Innovaciones sociales y productivas
- Desarrollo humano y comunicación
- Educación, transformación social e innovación

La Dirección, se encuentra a cargo de la Ingeniera Nubia Cruz Casallas, acompañada del Coordinador de Publicaciones Edgar Pineda y el Docente encargado de trabajos de grado Josué Francisco Torres, cuenta con un grupo de investigación y este a su vez se encarga de coordinar los diferentes semilleros en los que participan estudiantes y docentes de la (VRLL).

Figura 5: Semilleros de Investigación (VRLI)

NOMBRE SEMILLERO	PROGRAMA	Docente Líder Semillero	CONTACTO
PIG'S ANIMATION	Tecnología en Comunicación Gráfica	Norman Fajardo Martínez	norman.fajardo@uniminuto.edu
DESDOBLANDO CUENTOS	Tecnología en Comunicación Gráfica	Diana Orozco	dorozco@uniminuto.edu
TRILLAS DEL CONOCIMIENTO	Lic. Pedagogía Infantil	Giovanna Yalile García	gigarcia@uniminuto.edu
PSICOVIVA	Psicología	Julie Alejandra Rojas Silva	julie.rojas@uniminuto.edu
SINAPSIS	Psicología	Iván Ricardo Perdomo Vargas	ivan.perdomo@uniminuto.edu
SIAS	Psicología	Javier Alejandro Pinilla Rincón	jpinillari1@uniminuto.edu.co
INCUVAT	Contaduría	Saul Eduardo Rojas Gutiérrez	saul.rojas@uniminuto.edu
GENESIS FINANCIERA - GEEM	Administración Financiera	Edgar Bobadilla	edgar.bobadilla@uniminuto.edu
NEO INDUSTRIA VERDE	Administración de Empresas	Magda Barrios	mbarrios@uniminuto.edu
MOVILSOFT	Unidad de Ingenierías	Marco Gutiérrez Cárdenas	magutierrezc@uniminuto.edu
ORINOCO TIC	Unidad de Ingenierías	Nydia Maritza Gachancipá	ngachancipa@uniminuto.edu
ASOC	T&T Agropecuarias	Nelvar Choque Ladino	nelvar.choque@uniminuto.edu
INSOCED	Centro de Educación para el Desarrollo - CED	Jully Patricia Leal	jully.leal@uniminuto.edu
GRINCEMI	CERES Mitú	Euciris Orfaly Guantiva	euciris.guantiva@uniminuto.edu
ATARAXIA	Administración en Salud Ocupacional	Iván Dario Orjuela	iorjuela1@uniminuto.edu.co
ADSISO	Administración en Salud Ocupacional	Francisco Antonio Romero	francisco.romero@uniminuto.edu
SISOMET	Comunicación Social - Periodismo	Eliana Medina	eliana.medina@uniminuto.edu
MINUTO Y MEDIOS	Comunicación Social - Periodismo	Sandra Viviana González	sandra.gonzalez@uniminuto.edu
COMPERFLOK	Comunicación Social - Periodismo	Andrea del Pilar Pabón Méndez	andrea.pabon@uniminuto.edu
COMUNICARTE	Comunicación Social - Periodismo	Iván Abelardo Prada Nagai	ivan.prada@uniminuto.edu
OBSERVATORIO DE MEDIOS	Comunicación Social - Periodismo	Juan Manuel Rojas	juanmrojas@uniminuto.edu
MEDIOS DE COMUNICACIÓN GENERO Y DIVERSIDAD SEXUAL	Comunicación Social - Periodismo	Francy Rocío Moncada Sierra	fmoncada@uniminuto.edu
RED-ACCIÓN	Unidad transversales (Ceplec e inglés)	Paula Orozco Pineda	paula.orozco@uniminuto.edu

Fuente (Cruz-Casallas, sf)

MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN

Tipo de Investigación

La investigación es de tipo Mixto, puesto que la estrategia de comunicaciones, requiere de herramientas extraídas de la investigación cualitativa y cuantitativa como lo son la observación de campo, el análisis, la recolección de datos entre otros (Hernández Samperi, 2014)

El enfoque entonces es exploratorio, pues la investigación se indaga desde una perspectiva innovadora y prepara el terreno para nuevos estudios de este tipo.

Método de la investigación

El método más acertado a este tipo de investigación, es el método inductivo, con el objetivo de extraer unas conclusiones a partir de la observación y acumulación de datos.

Según (Solano, 2011) parte del estudio de objetos singulares e induce a un principio general.

FUENTES DE LA INFORMACIÓN

Fuentes Primarias

Las fuentes son la base de toda investigación, para abordar ésta, es necesario recurrir a fuentes primarias como lo son en este caso Nubia Cruz Casallas Directora de Investigación, Edgar Pineda coordinador de Publicaciones y Francisco Torres encargado de los trabajos de investigación como opción de grado de la misma, docentes con cargas académicas en investigación, al igual que los estudiantes de cada uno de los programas académicos de la Universidad.

Fuentes Secundarias

Libros y artículos de consulta, archivos escritos e impresos, fotografías institucionales, información de plataformas y páginas web.

POBLACIÓN Y MUESTRA

Población

La investigación busca una estrategia comunicativa para la dirección de Investigación, pero va dirigida principalmente a todos los estudiantes de cada uno de los programas de la Vicerrectoría Regional Llanos (VRL).

Muestra

La muestra representativa de la población se extrajo a través de la siguiente fórmula de muestreo aplicada.

$$n = \frac{N Z^2 pq}{Nd^2 + Z^2 pq}$$

Dónde:

- N = Número de Población
- Z= Nivel de confianza
- p= Proporción de sujetos que representa la característica
- q= Proporción de sujetos que no la representan
- precisión (0,1)

El nivel de confianza es 1,96 y un margen de error del 5%

Figura 6: Muestra total de estudiantes para la investigación

PROGRAMAS VRL	POBLACIÓN (N)	N
Administración en Salud ocupacional	1180	89
Administración de empresas	379	77
Administración de empresas distancia	251	69
Administración financiera distancia	279	71
Comunicación social- periodismo	436	79
Contaduría pública	760	85
Licenciatura pedagogía Infantil	574	82
Prof. Administración turística y hotelera	30	23
Psicología	909	87
Tec. producción agro de cultivos	12	11
Tec. en desarrollo de software	10	9
Tec. en telecomunicaciones	1	1
Tec. comunicación gráfica	112	52
Tec. costos y auditoría	2	2
Tec. Informática	24	19
Esp. gerencia de proyectos UMD	106	50
Esp. gerencia educativa UMD	28	22
CERES		
Administración en Salud ocupacional	35	26
Administración de empresas- distancia	53	34
Contaduría pública	27	21
	(n) Total	909

Fuente Propia

TÉCNICAS PARA LA RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN

Observación participante

La observación es una de las principales herramientas para la investigación, pues será la base de ésta y dará inicio al diseño de una estrategia de comunicación, por medio de la observación participante se puede conocer las estructuras comunicativas existentes de la Dirección de Investigación, para luego identificar las necesidades.

Encuesta

Por medio de este instrumento, el investigador podrá conocer las necesidades comunicativas y de esta forma evaluará y estructurará estrategias de comunicación pertinentes a cada necesidad.

Entrevista

La entrevista será una herramienta utilizada por la investigación para obtener información de las fuentes primarias, éstas serán la base para conocer los procesos que realiza la Dirección de investigación

INSTRUMENTOS

Entrevista

Este instrumento de registro, va encaminado hacia los docentes adscritos a la plantilla de investigación de la Vicerrectoría Regional Llanos, con el fin de conocer el proceso que la misma desarrolla actualmente.

Encuesta

El análisis base es de 700 encuestas aplicadas a los estudiantes de los diferentes programas que ofrece la Universidad UNIMINUTO Vicerrectoría Regional Llanos VRLL

Figura 7: Ficha técnica de la encuesta

FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA	
Encuesta realizada por: James Andrés Almanza Velásquez, estudiante de IX semestre de Comunicación Social- periodismo, UNIMINUTO Vicerrectoría Regional Llanos.	
Muestra: 700 estudiantes	Muestra objetiva: estudiantes de los diferentes programas que ofrece UNIMINUTO VRLL
Área de cubrimiento: principales sedes de educación UNIMINUTO	Técnica de recolección: Entrevista físicas y presenciales
Preguntas concretas: ver cuestionario anexo	Fecha de realización: semanas 1, 2 y 3 de Noviembre de 2015

Fuente propia

PLAN DE ACTIVIDADES

1. Determinar la estructura de comunicación existente en la Dirección de Investigación de la Vicerrectora Regional Llanos (VRLL).
 - Conocer cada uno de los procesos que realiza la dirección de investigación a través de:
 - ✓ Observación directa
 - ✓ Recopilación documental
 - ✓ Entrevista a los involucrados (Directora Nubia, docentes adscritos a la plantilla de investigadores)
 - Indagar los medios existentes de difusión de información
 - ✓ Redes sociales
 - ✓ Prototipo de plataformas
 - ✓ Medios internos (Correos electrónicos, plataformas)

2. Identificar las necesidades comunicativas de la Dirección de Investigación de la Vicerrectoría Regional Llanos (VRLL).
 - Diseñar sondeos de opinión (Encuestas) a fuentes fundamentales para la investigación. (docentes investigadores, estudiantes de opción de grado, estudiantes de semilleros entre otros).
 - Revisión y evaluación de resultados
 - Realizar la Matriz DOFA de la Dirección de Investigación.

3. Diseñar una estrategia de comunicación para que la información generada desde la Dirección de Investigación de la Vicerrectoría Regional Llanos llegue a toda la comunidad UNIMINUTO

- Identificar los medios pueden tener más impacto en la comunidad UNIMINUTO (por medio de encuestas para conocer los más frecuentes)
- Establecer estrategias comunicacionales acordes a las necesidades
- Conocer las teorías y procedimientos de cada estrategia para concluir en una buena práctica : Plan de acción
- Definir las alianzas necesarias para la implementación de la estrategia con los medios institucionales UNIMINUTO.

Figura 8: Cronograma del planteamiento de la investigación

TIEMPO ACTIVIDAD	OCTUBRE				NOVIEMBRE			
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
Creación de la idea								
Planteamiento del problema								
Creación de objetivos								
Justificación y antecedentes								
Aspectos metodológicos								
Métodos de investigación								
Fuentes y herramientas								
Resultados								
Referencias								

Fuente propia

Figura 9: Cronograma del desarrollo de la investigación.

TIEMPO ACTIVIDAD	NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO		
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3
Observación directa	■	■													
Recopilación documental		■	■	■											
Entrevistas		■	■	■								■	■		
Encuestas		■	■	■	■								■	■	
DOFA				■	■	■									
Revisión y evaluación estadística													■	■	
Diseñar estrategias de comunicación								■	■	■	■	■	■	■	■

Fuente propia

RESULTADOS

Análisis de la Encuesta

El análisis base es de 700 encuestas aplicadas a los estudiantes de los diferentes programas que ofrece la Universidad UNIMINUTO Vicerrectoría Regional Llanos VRLL, lo que se busca, es identificar las distintas necesidades comunicativas que tiene la Dirección de Investigación y los canales de comunicación que cada uno prefiere para la recepción de información.

- **Pregunta 1:** ¿Cuáles de estas actividades relaciona con los procesos que desarrolla la Dirección de Investigación?

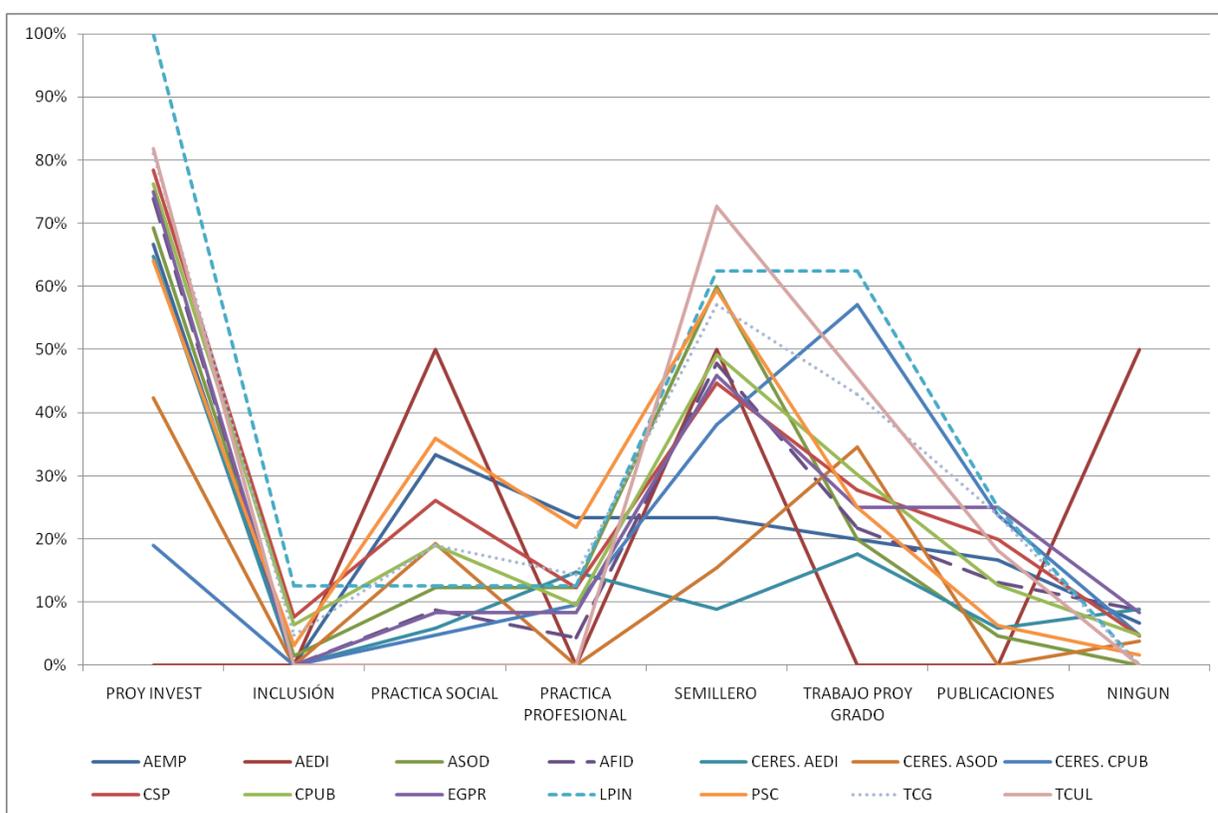
A esta pregunta a través de selección múltiple, los estudiantes identifican las actividades que ellos relacionan con la Dirección de Investigaciones. Como resultado se obtiene que sin excepción en todos los programas las actividades Proyectos de investigación y Semilleros sean las que principalmente relacionan. La Actividad Trabajo de Grado, entendida como el proyecto de investigación que los estudiantes ejecutan como opción de grado, es relacionado en algunos programas tales como Administración financiera con el (5%) y Especialización en Gerencia de proyectos sin ninguna relación, pero sin duda, la falencia más acentuada se encuentra en Publicaciones, actividad con bajo reconocimiento por los estudiantes, ya que 7 programas ni siquiera superan el rango de 10% de reconocimiento y el más alto que es Licenciatura en Pedagogía Infantil, ni siquiera supera el 25%.

Si bien las Actividades Proyectos de Investigación y Semilleros son altamente reconocidas, es preocupante que Proyectos de Investigación Como

Opción de Grado y Publicaciones sean menos reconocidos por programas presenciales, frente a los programas semipresenciales y/o a distancia.

Respecto a los programas ofrecidos por CERES Mitú, el balance de reconocimiento es positivo, esto debido a análisis que se describirán en las siguientes preguntas.

Gráfica 1: ¿Cuáles de estas actividades relaciona con los procesos que desarrolla la Dirección de Investigación?



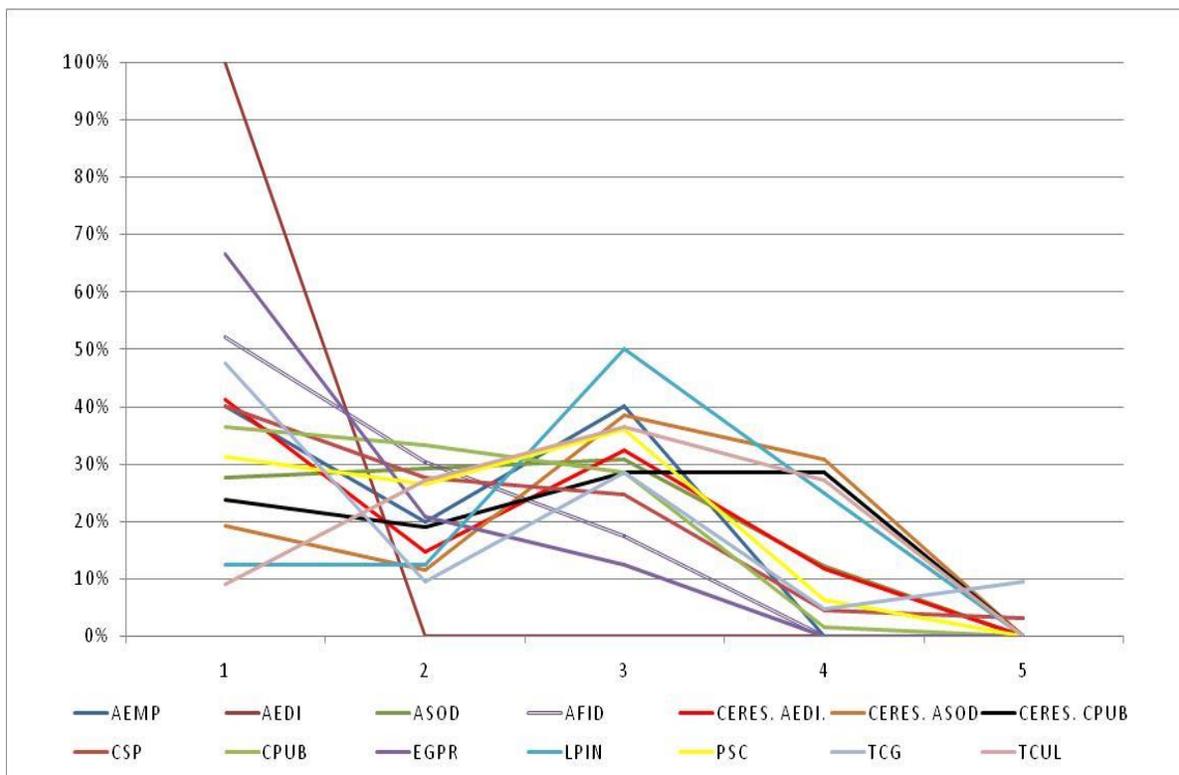
- **Pregunta 2:** Diga que tanto conoce o está informado acerca de las actividades que realiza la Dirección de Investigación de la Vicerrectoría Regional Llanos (VRLL).

En esta pregunta, los estudiantes debían calificar en un rango de 1 a 5, donde 1 es el mínimo valor y 5 el máximo su nivel de conocimiento frente a las actividades y procesos desarrollados por la dirección de investigación. Como se observa en la gráfica 2, el resultado obtenido es que el 60% de estudiantes encuestados, asegura no conocer o estar informado de las actividades desarrolladas por la Dirección de Investigación, la media entre las respuestas al nivel 1 y 2 (mínimo nivel) es de 28% y 20% respectivamente. Entre los programas que más presentan su desconocimiento, están Administración de empresas a distancia con un 100%, Administración Financiera con un 52% y Especialización Gerencia de proyectos con 67% enmarcados en el nivel 1.

El nivel 3 se encuentra entre los diferentes programas con una media del 30%, esto quiere decir que tan solo el 30% de los estudiantes tienen un conocimiento básico y tan solo el 0,8% de los estudiantes encuestados dice conocer muy bien los procesos desarrollados por la Dirección de Investigación. Referente a los programas presenciales y a distancia, se referencia un equilibrio porcentual en sus respuestas.

Cabe destacar que las respuestas con valores máximos, se encontró entre los programas ofrecidos por CERES Mitú, siendo esta la comunidad educativa más alejada de la sede en la que se desarrollan los procesos de investigación.

Gráfica 2: Diga que tanto conoce o está informado acerca de las actividades que realiza la Dirección de Investigación de la Vicerrectoría Regional Llanos (VRLL)



- **Pregunta 3:** ¿A través de qué medios se informa usted de los proyectos y actividades que realiza la Dirección de Investigación de la Vicerrectoría Regional Llanos?, siendo las opciones de respuesta, Redes sociales, Voz a voz, Aulas virtuales, Página web, Ninguno y otro.

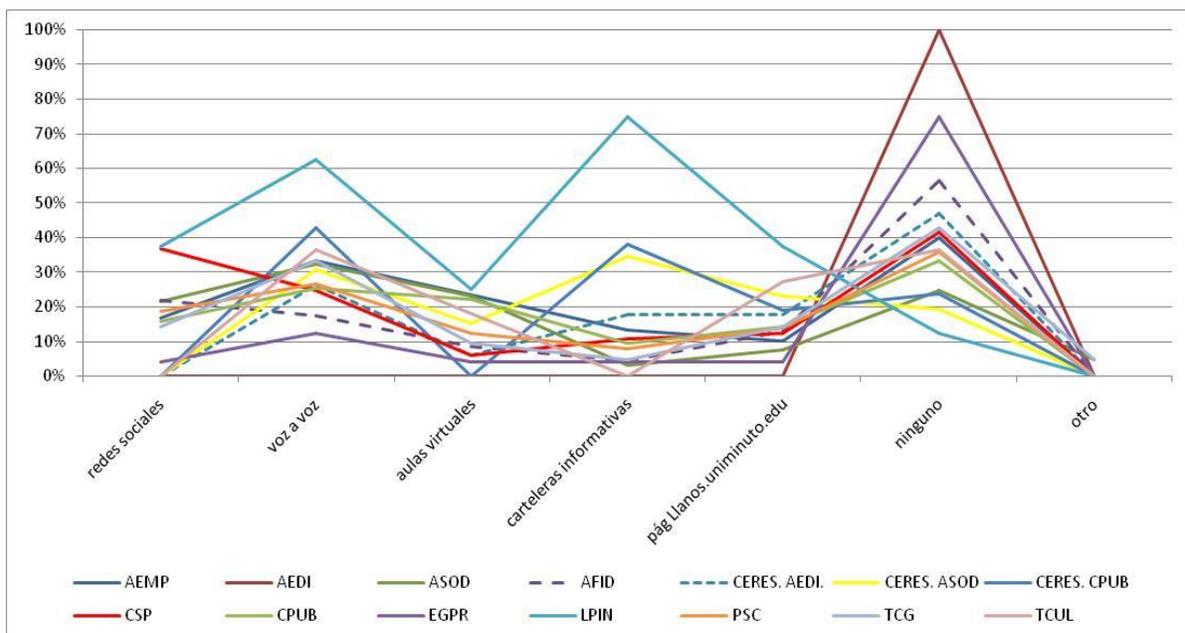
Se puede evidenciar en la gráfica 3 presentada a continuación, que la respuesta que domina es la de ningún medio con casi el 40% de la población encuestada, siendo consecuente con la respuesta inmediatamente anterior en la que se expone el desconocimiento de estas actividades

Se puede observar también, que quienes dijeron conocer las actividades desarrolladas por la Dirección de Investigación en la anterior pregunta le dan crédito en su mayoría al voz a voz como fuente de información, seguido de las carteleras informativas y la Página web (Llanos.Uniminuto.edu) en programas como Licenciatura en Pedagogía Infantil quien se inclinó en un 63%, un 75% y un 38% respectivamente.

Se presentaron cuatro (4) respuestas “Otro” en programas a distancia, y en su orden, todas ellas hacían referencia a que los docentes fueron las fuentes de información

En diferencia de programas presenciales y a distancia, se evidencia que los presenciales se interesan más por lo que escuchan y observan en sus instalaciones, mientras que los programas a distancia se interesan más por los medios electrónicos.

Gráfica 3: ¿A través de qué medios se informa sobre las actividades de la DI?



- **Pregunta 4:** Califique las afirmaciones según la siguiente escala: Completamente de acuerdo (CD), medianamente de acuerdo (MD), de acuerdo (D), en desacuerdo (DS), completamente en desacuerdo (CDS)

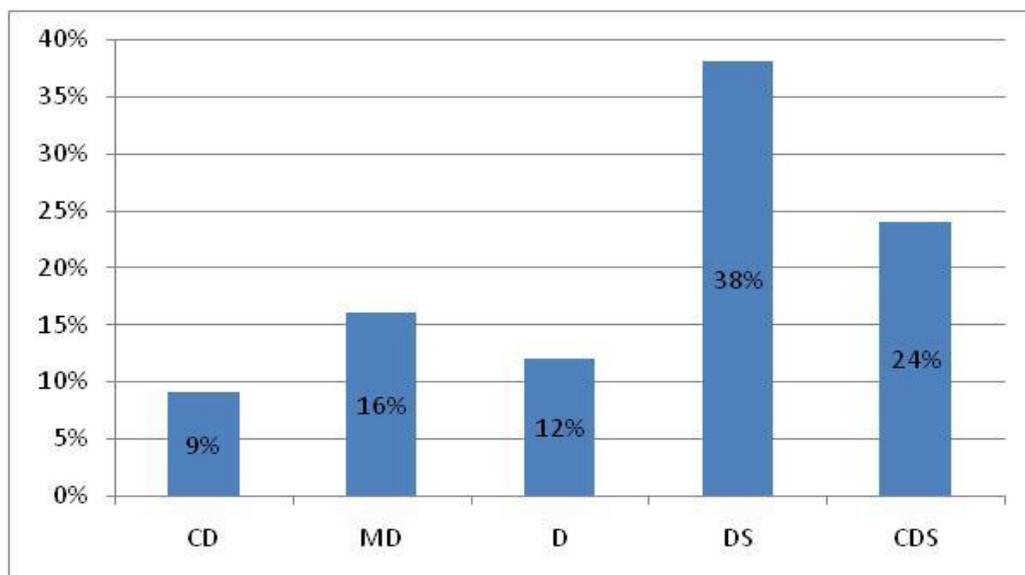
De las actividades que realiza la dirección de investigación:

En esta pregunta se exponen 5 afirmaciones, en las que el encuestado debía responder su nivel de conformismo e inconformismo de cada una de ellas

1. No tengo interés en conocerlas.

Esta afirmación es la que más del 62% de la población encuestada expresa su desacuerdo, refleja que la falta de información, no se debe a la falta de interés, por el contrario, la mayoría de quienes dijeron no conocer las actividades, se muestran interesados por hacerlo.

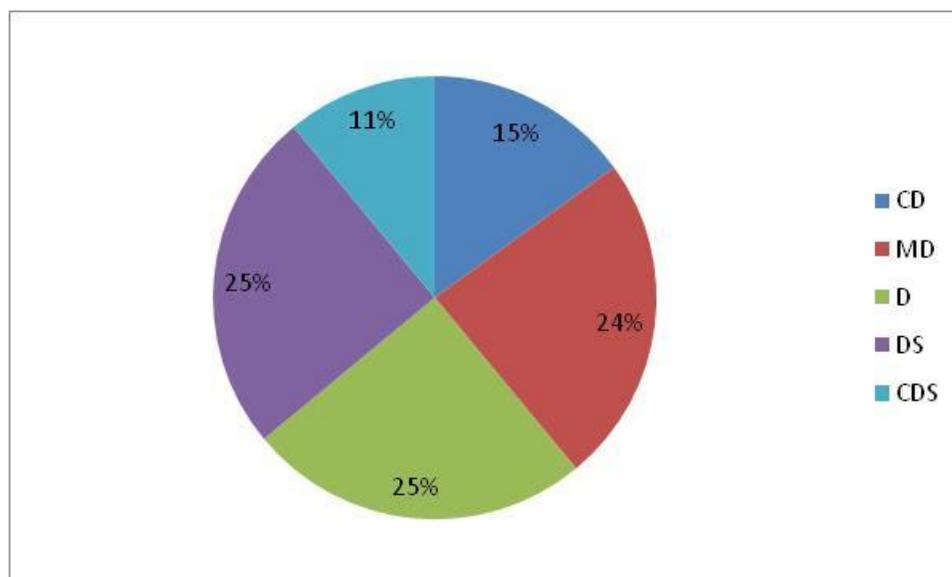
Gráfica 4: No tengo interés en conocerlas



2. No tengo tiempo, por eso no sé de las actividades que desarrolla.

Lo que se observa en la siguiente gráfica, es que para los estudiantes, su falta de es un aspecto determinante en cuanto al desconocimiento de los procesos desarrollados por la Dirección de Investigación, esta corresponde alrededor del 50% de la comunidad educativa encuestada.

Gráfica 5: No tengo tiempo, por eso no sé de las actividades que desarrolla

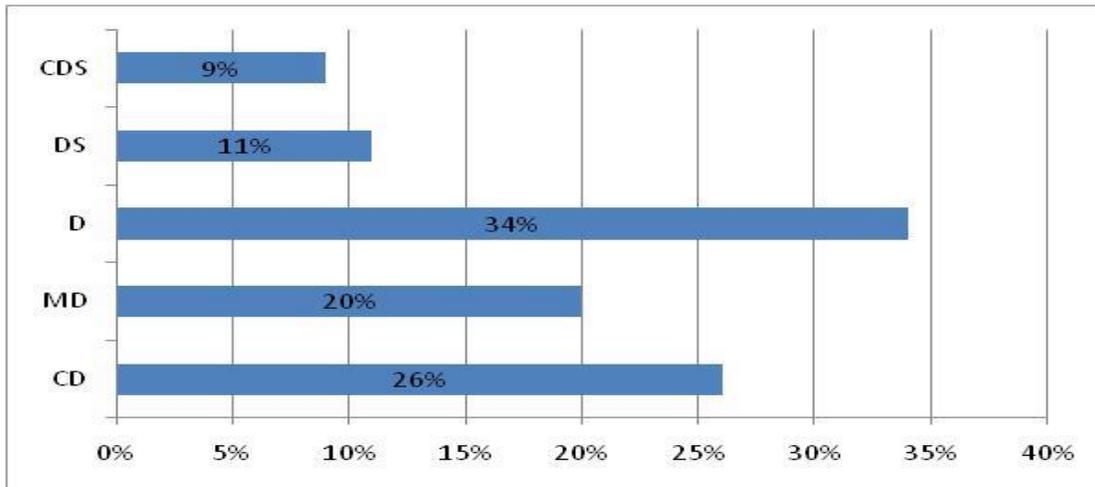


3. No he tenido la oportunidad de conocer las actividades que desarrolla

Se pudo identificar mediante la figura 13, que la gran cantidad que presenta el desconocimiento se debe a la poca oportunidad reflejada en un 60% de los estudiantes que aseguran no haber tenido la oportunidad de conocer de las actividades que desarrolla la Dirección de Investigación.

El 20% que presenta el desacuerdo, se debe a quienes manifestaron conocer las actividades que desarrolla la Dirección de Investigación

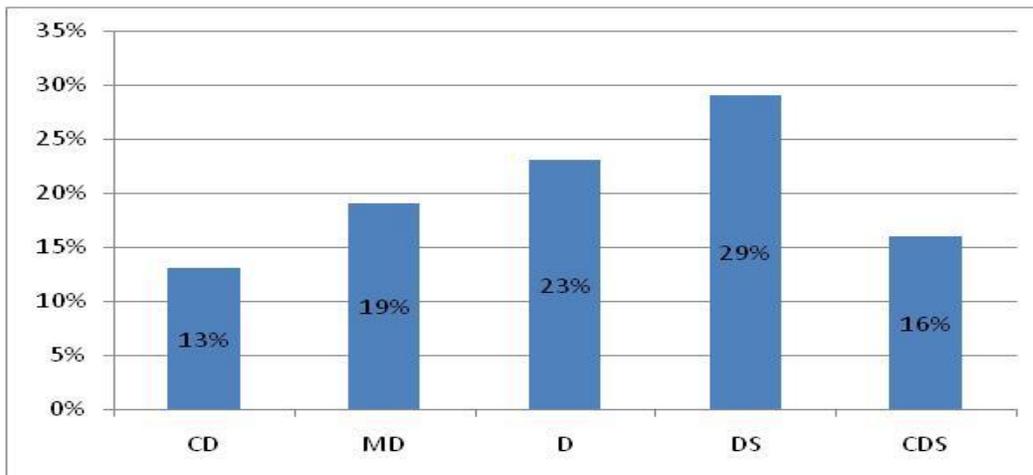
Gráfica 6: No he tenido la oportunidad de conocer las actividades que desarrolla



4. No existen medios de comunicación que me informen sobre esto

Según la gráfica 7, el 55% de los encuestados, dijeron no conocer medios que informen acerca de las actividades que desarrolla la Dirección, contrario al 45% que asegura haber interactuado con canales o medios de comunicación orientados a este tipo de información.

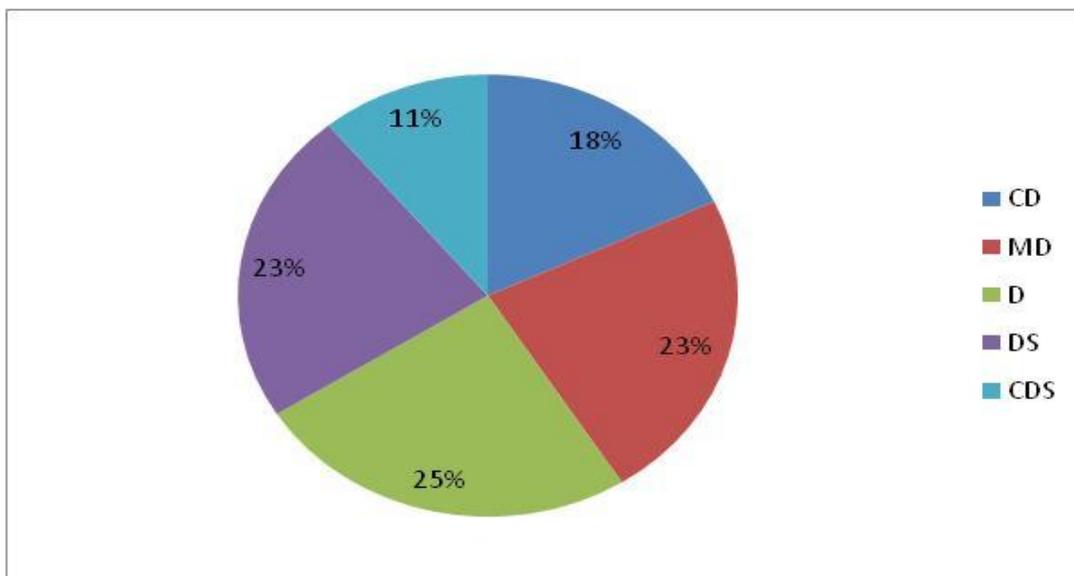
Gráfica 7: No existen medios de comunicación que me informen sobre esto



5. Los medios institucionales (Redes sociales, Página Web, Aulas Virtuales) no son suficientes

Mediante la gráfica 8, se puede identificar que si bien el 33% de la población está en desacuerdo con la afirmación, el mayor porcentaje de los encuestados expresaron su inconformismo con los medios existentes, en cuento a la divulgación de las actividades de tipo investigativo

Gráfica 8: Los medios institucionales (Redes sociales, Página Web, Aulas Virtuales) no son suficientes



- **Pregunta 5.** Para la Dirección de Investigación, la participación de los estudiantes en los procesos investigativos es fundamental para la innovación y su desarrollo integral y el de las comunidades. Clasifique su interés por conocer y participar de las actividades que realiza la Dirección de Investigación de la Vicerrectoría Regional Llanos (VRL).

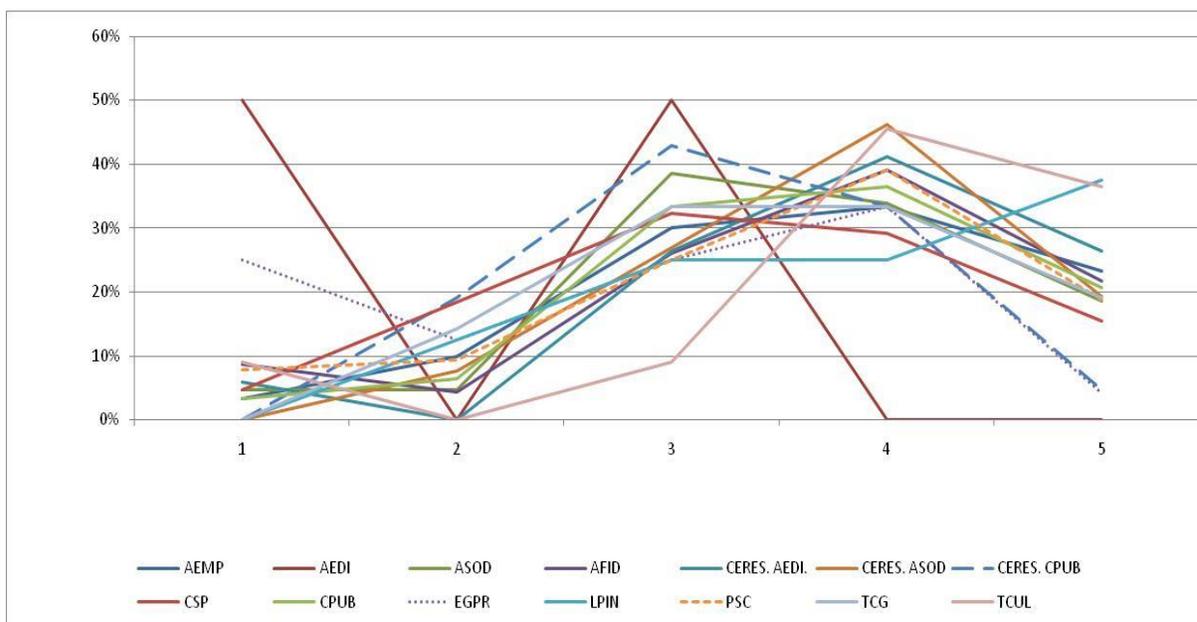
En esta pregunta, los encuestados calificaron su interés en la participación de cada una de las actividades investigativas, esto mediante una escala de 1 a 5, donde 1 es el mínimo valor y 5 es el máximo. Con base en la gráfica 9, se puede observar que el interés de participación de los encuestados es casi del 60% de la muestra, el mayor interés de

participación se evidencia en programas como Administración financiera regional de Ceres Mitú con el 67% de estudiantes interesados en participar.

La falta de interés se refleja en una tasa del 15% de la población encuestada y es encabezada por programas como Especialización en Gerencia de Proyectos con casi el 40% de sus encuestados con un completo desinterés de participación.

Entre programas presenciales y a distancia, se pudo identificar que los estudiantes de programas presenciales, tienen menos interés de participación respecto a los programas semipresenciales y/o a distancia.

Gráfica 9: interés por conocer y participar de las actividades que realiza la Dirección de Investigación de la Vicerrectoría Regional Llanos (VRLL)



- Pregunta 6.** La Dirección de Investigación desarrolla cuatro (4) actividades principales. Establezca cuál de ellas es de su mayor interés. siendo las opciones de

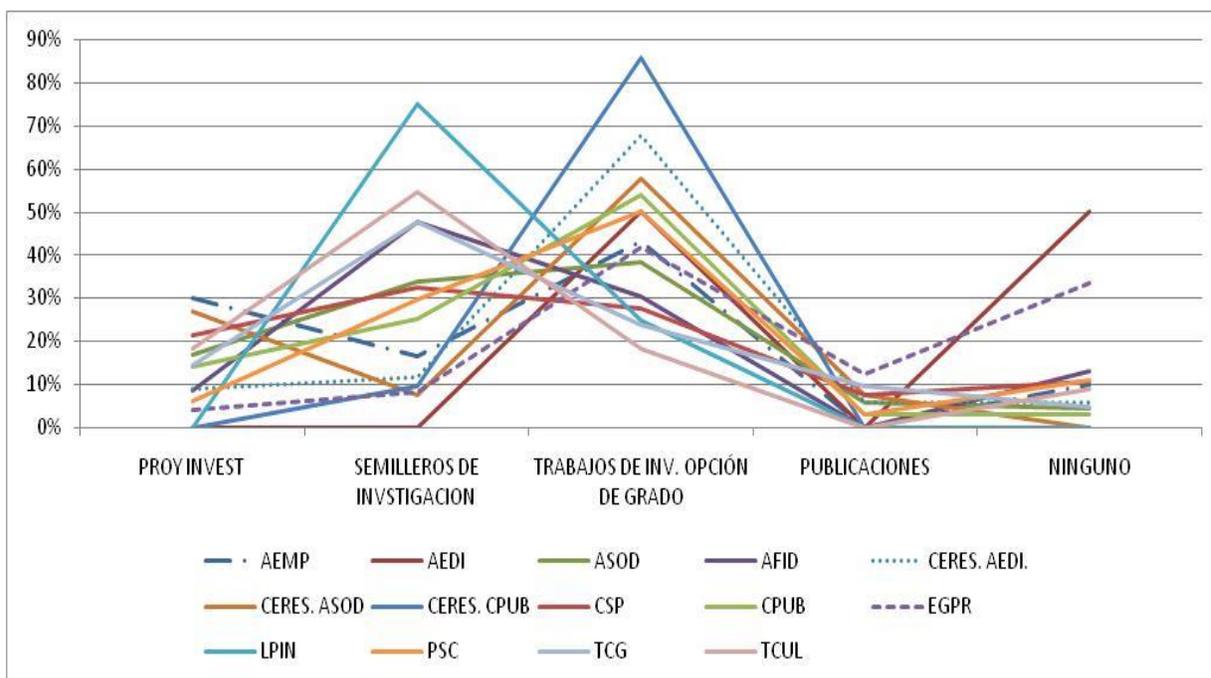
respuesta: Proyectos de Investigación, Semilleros, Trabajos de Investigación como opción de grado, Publicaciones y Ninguno.

La gráfica 12 nos deja ver que son dos las actividades que predominan en los intereses de los estudiantes, respecto a las 4 actividades que desarrolla la Dirección de Investigación son en primera medida los trabajos de investigación como opción de grado con el 45% de inclinación con fuerte en la mayoría de los programas, es este el caso de Contaduría Pública de Ceres Mitú, con el 86% de encuestados que prefieren esta opción, seguido de Semilleros de Investigación con el 28% de preferencia de la muestra, fuerte en programas como Licenciatura en Pedagogía Infantil con el 75% de estudiantes inclinados hacía esta actividad.

Las dos actividades restantes, proyectos de investigación y publicaciones, alcanzaron un bajo impacto de preferencia en la comunidad educativa. Proyectos de Investigación obtuvo su nivel más optimista en Administración de empresas con un 30%, mientras que publicaciones alcanzó tan solo el 12% en el programa de Especialización en gerencia de proyectos.

El 8% de encuestados contestó que ninguna actividad les interesa, en las que se destacan dos programas con mayor inclinación a esta respuesta, Administración Financiera a distancia con el 50% y especialización en Gerencia de proyectos con un 33%.

Gráfica 10: establezca cuál de las cuatro actividades que desarrolla la DI es de su mayor interés



- **Pregunta 7.** ¿Cuáles medios cree son más pertinentes para la divulgación de información de las actividades que realiza la Dirección de Investigación de la Vicerrectoría Regional Llanos (VRL)?

Para el desarrollo de esta pregunta, los estudiantes debían indicar la pertinencia de los medios o canales de comunicación, esto en una categoría de 1 a 5, donde 1 es el mínimo nivel y 5 es el máximo. A través de las siguientes figuras, se puede evidenciar que de las cuatro redes sociales expuestas, definitivamente es Facebook la red social que predomina ante las demás, con un 69% de alta calificación entre la comunidad encuestada, de las otras tres, se identifica un alto porcentaje en baja calificación de importancia o pertinencia, como es el caso de

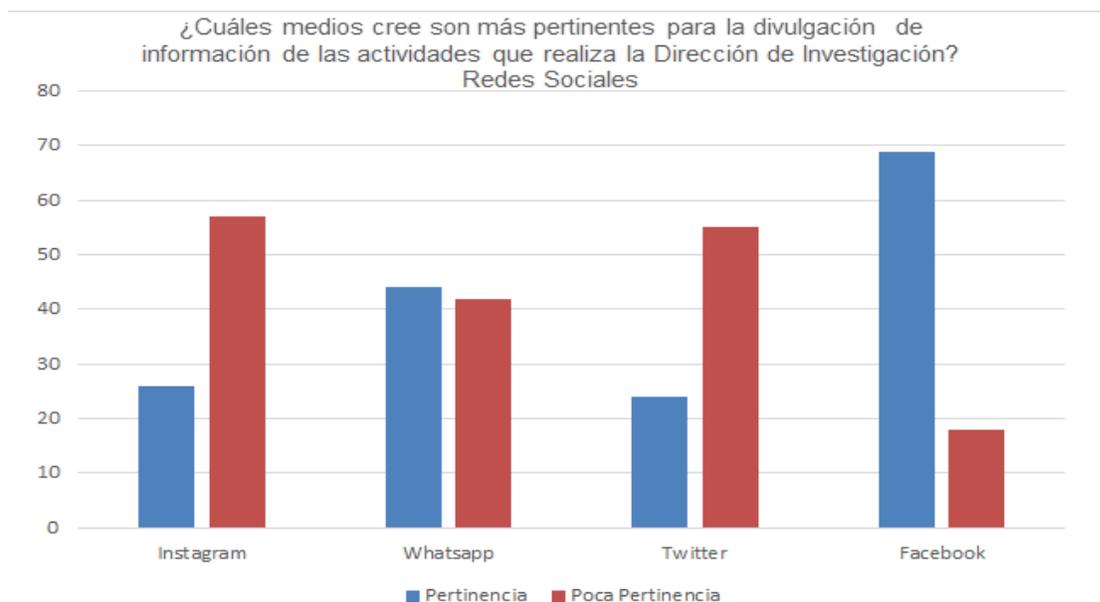
Instagram, donde los niveles 1 y 2 que la desaproveaban supera el 57% de la población encuestada.

De los demás medios informativos, se pudo concluir que la página web Llanos.uniminuto.edu y las aulas virtuales son las de mayor proporción, es decir que los estudiantes prefieren recibir la información por estos dos canales.

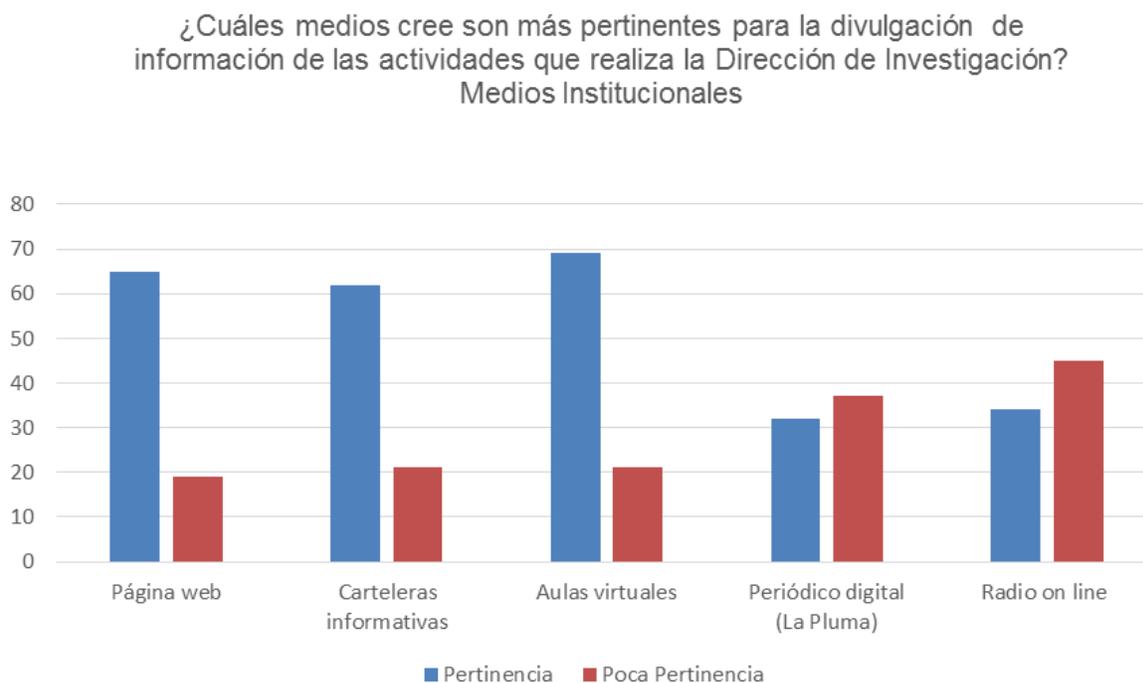
En diferencia de programas presenciales y a distancia, se evidencia que los presenciales se interesan más por lo que escuchan y observan en sus instalaciones, partiendo de esto, la mayor cantidad de programas presenciales prefieren carteleras informativas, redes sociales, mientras que los programas a distancia se interesan más por los medios electrónicos como la página web y las aulas virtuales.

Las respuestas de los programas ofrecidos por CERES Mitú, coincidieron que el mejor canal es las carteleras informativas en sus instalaciones, debido al desconocimiento de canales como el periódico La Pluma y Radio on line Voz Activa, partiendo de su difícil acceso a internet.

Gráfica 11: Medios pertinentes según los estudiantes (Redes sociales)



Gráfica 12: Medios pertinentes según los estudiantes (Medios Institucionales)



Análisis de la Entrevista

La entrevista fue ejecutada a 20 docentes de la plantilla de investigaciones de la Vicerrectoría Regional Llanos extraídos bajo la fórmula n para hallar la muestra frente al total de población. En ésta, los docentes entrevistados debían expresar lo que para ellos eran las principales falencias internas de la Dirección de Investigación (administrativas y comunicativas), que deberían hacer para mejorarlas, y como percibían además la participación estudiantil y docente en las actividades investigativas.

A la pregunta **¿Qué debilidades ha podido evidenciar en los procesos desarrollados por la Dirección de Investigación de la Vicerrectoría Regional Llanos?** El 60% de los entrevistados apuntaron a que la principal falencia es la falta de compromiso

de muchos docentes adscritos a la misma, al bajo interés que muestran por el desarrollo de la investigación en la universidad, mientras que el 40% restante alude la responsabilidad a la Dirección misma, pues manifiestan que hace falta constantes capacitaciones del campo investigativo para trazarse unas metas claras respecto a ellas. En lo que la mayoría está de acuerdo, es que si bien el trabajo que se adelanta en la Dirección de investigación va en crecimiento, es necesario contar con más personal en la coordinación de las actividades para mejorar la gestión.

Respecto a los procesos comunicativos el 100% de los entrevistados fue enfático al contestar que la comunicación existente es precaria, argumentan que el único medio interno existente son los correos electrónicos. Respecto a la comunicación externa, por lo menos el 50% dice conocer una página de Facebook con un bajo impacto, y terminan coincidiendo la totalidad de entrevistados, en que la falencia más grande está en la página web de la Uniminuto Vicerrectoría Llanos que es la ventana frente a los públicos externos, pues el contenido expuesto en ésta es superficial y no dice nada de lo que es la Investigación en la Vicerrectoría Llanos.

Luego la pregunta fue **¿Qué percepción tiene usted acerca de la participación estudiantil y docente en las actividades que desarrolla la Dirección de Investigación?** En la que los docentes entrevistados coincidieron que la participación es buena, y que la investigación en la Vicerrectoría Regional Llanos, ha incrementado considerablemente más o menos desde el año 2013, año en el que la Ingeniera Nubia Cruz Casallas asumiera la dirección de la misma. Sin embargo el mismo 60% de docentes entrevistados afirman que si hubiese más compromiso docente, la producción investigativa sería mejor. Respecto a la

participación estudiantil, la totalidad de entrevistados expresan que si bien el crecimiento es fuerte, la participación de estudiantes es baja frente a la población total.

Figura 10: Resultados entrevista

ENTREVISTA	
¿Qué debilidades ha podido evidenciar en los procesos desarrollados por la Dirección de Investigación de la Vicerrectoría Regional Llanos?	¿Qué percepción tiene usted acerca de la participación estudiantil y docente en las actividades que desarrolla la Dirección de Investigación?
<ul style="list-style-type: none"> • La comunicación existente es precaria, internamente solo se emplean correos electrónicos, existe un fan page de Facebook con bajos alcances • Algunos docentes de la D.I registran baja producción investigativa • Se necesita más capacitaciones para los docentes • Es necesario contar con más personal en la coordinación de las actividades para mejorar la gestión. 	<ul style="list-style-type: none"> • La investigación en la Vicerrectoría Regional Llanos, ha incrementado considerablemente más o menos desde el año 2013 • Si hubiese más compromiso docente, la producción investigativa sería mejor • la participación de estudiantes es baja frente a la población total

Fuente propia

Análisis de situación DOFA

Figura 11: DOFA

<ul style="list-style-type: none"> • Existe poca participación estudiantil en las actividades que desarrolla la Dirección de Investigación respecto a la población total de la VRLL. • Los Proyectos de Investigación que se realizan tienen un bajo impacto. • Los canales o medios de comunicación existentes brindan poca información de las actividades desarrolladas por la Dirección de Investigación, cuando lo hacen, el impacto es bajo y no llega a todas las audiencias esperadas. • Fajo índice de ejecución proyectos investigativos a partir de la experiencia en los campos de acción del CED por parte los estudiantes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecer los procesos comunicativos de la Dirección de Investigación • Aumentar la tasa de participación estudiantil en los procesos investigativos. • Los estudiantes tienen la oportunidad de abrirse campos en investigación, y convertirse en jóvenes investigadores basados en la disciplina y todo lo que la carrera investigativa demanda. • A partir de la participación estudiantil en los procesos investigativos, UNIMINUTO puede ser reconocida en la región, como una Universidad comprometida con el proceso investigativo e innovador de sus estudiantes. • De que la comunidad UNIMINUTO tenga mayor participación en la REDCOLSI.
<ul style="list-style-type: none"> • La Dirección de Investigación ofrece a sus estudiantes gran cantidad y variedad de semilleros de investigación en cada uno de los campos de estudio. • La Vicerrectoría Llanos apoya todo tipo de actividades de investigación, brindando espacios y recursos económicos. • Se cuenta con campos de acción fortalecidos desde el CED. • La Dirección de Investigación ofrece a toda la comunidad educativa UNIMINUTO facilidad y acompañamiento en las publicaciones de libros o artículos científicos. 	<ul style="list-style-type: none"> • La falta de tiempo e interés puede alejar a los estudiantes de los procesos investigativos que les ofrece la dirección de investigación. • Cambio de políticas institucionales que restringen el ingreso de los estudiantes a los procesos de Investigación. • Baja participación de estudiantes de Semilleros por carencia de estrategias virtuales de reunión. • Bajos índices de proyectos de investigación como opción de grado debido a la baja exigencia de las otras opciones de grado y el desconocimiento del proceso investigativo.

D	O
F	A

Fuente propia

Matriz MEFI (Matriz de Evaluación del Factor Interno)

Figura 12 MEFI

Factores internos	Variable	Ponderación	Clasificación	Resultado
<ul style="list-style-type: none"> La Dirección de Investigación ofrece a toda la comunidad educativa UNIMINUTO facilidad y acompañamiento en las publicaciones de libros o artículos científicos. 	Fortaleza	0.20	4	0.80
<ul style="list-style-type: none"> Existe poca participación estudiantil en las actividades que desarrolla la Dirección de Investigación respecto a la población total de la VRLL. 	Debilidad	0.30	1	0.30
<ul style="list-style-type: none"> La Dirección de Investigación ofrece a sus estudiantes gran cantidad y variedad de semilleros de investigación en cada uno de los campos de estudio. 	Fortaleza	0.20	4	0.80
<ul style="list-style-type: none"> Los canales o medios de comunicación existentes brindan poca información de las actividades desarrolladas por la Dirección de Investigación, cuando lo hacen, el impacto es bajo y no llega a todas las audiencias esperadas. 	Debilidad	0.20	1	0.20
<ul style="list-style-type: none"> La Vicerrectoría Llanos apoya todo tipo de actividades de investigación, brindando espacios y 	Fortaleza	0.10	3	0.30

recursos económicos.				
Total		1.0		2.40

Fuente propia

Matriz MEFE (Matriz de Evaluación del Factor Externo)

Figura 13: MEFE

Factores externos	Variable	Ponderación	Clasificación	Resultado
<ul style="list-style-type: none"> Fortalecer los procesos comunicativos de la Dirección de Investigación 	Oportunidad	0.20	3	0.60
<ul style="list-style-type: none"> La falta de tiempo e interés puede alejar a los estudiantes de los procesos investigativos que les ofrece la dirección de investigación 	Amenaza	0.10	2	0.20
<ul style="list-style-type: none"> Aumentar la tasa de participación estudiantil en los procesos investigativos. 	Oportunidad	0.20	3	0.60
<ul style="list-style-type: none"> Baja participación de estudiantes de Semilleros por carencia de estrategias virtuales de reunión. 	Amenaza	0.20	1	0.20
<ul style="list-style-type: none"> A partir de la participación estudiantil en los procesos investigativos, UNIMINUTO puede ser reconocida en la región, como una Universidad comprometida con el proceso investigativo e innovador de sus estudiantes. 	Oportunidad	0.30	4	1.20
Total		1.0		2.80

Fuente propia

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Estrategía de Comunicación para la Dirección de Investigación de UNIMINUTO Vicerrectoría Regional Llanos



UNIMINUTO
Corporación Universitaria Minuto de Dios
Educación de Calidad al alcance de todos

Vicerrectoría Regional Llanos



Estrategias de Comunicación para la Dirección de Investigación UNIMINUTO VRL 2016

Dirección/Unidad Estratégica DGI	Objetivo Comunicacional	Audiencias	FOCO	Estrategias	Tácticas	Acciones	Periodicidad	Mensaje Clave	Indicadores de cumplimiento	Metas	Evaluación / Lecciones aprendidas
Proveer a las comunidades educativas y de base de las distintas regiones colombianas del conocimiento que su desarrollo integral demande mediante el desarrollo de la investigación, el desarrollo tecnológico y la innovación como parte integral y sustantiva del proyecto educativo institucional de la Corporación Universitaria Minuto de Dios	Fortalecer los procesos comunicativos en la Dirección de Investigación, el desarrollo tecnológico y la innovación como parte integral y sustantiva del proyecto educativo institucional de la Corporación Universitaria Minuto de Dios	Estudiantes UNIMINUTO VRL	Participación estudiantil	Información para la participación	Campaña divulgación de escenarios de participación en investigación	Desarrollo profesional de servicios Diseño piezas comunicativas sobre servicios y espacios de participación desde la investigación -Afiches -E-cars -Boletín electrónico de investigación	Semestral	La investigación, el desarrollo tecnológico y la innovación parte integral del proyecto educativo institucional			
						Inclusión de todas las piezas en las aulas virtuales de los diferentes programas Actualización micrositio web con información sobre proyectos de vinculación -Semilleros: datos de contacto, fechas de reunión -Conexiones vigentes para estudiantes y profesores Plan de medios institucionales para gestión de la información	Mensual	El valor de la investigación			
						Plan de medios redes sociales	De acuerdo con el ritmo semestral, mensual, anual	Testimonios con autoridad Experiencias jóvenes investigadores de VRL			
						Campaña sensibilización sobre el valor de la investigación como opción de grado	Semestral	Diseño piezas comunicativas -Cápsulas audiovisuales testimoniales			
						Promover el desarrollo de semilleros a Distancia	Semestral	Invitación a líderes de semillero a plantear metodología a distancia para el desarrollo de semilleros de investigación			
						Encuentro de experiencias significativas	Semestral	Desarrollo de sala Virtual - ESPECIALES para semilleros Jornada de integración profesores investigadores -Coffee meeting - Carrera de observación sobre los para que			
						Inducción y/o reinducción de profesores investigadores	Semestral / anual	Diseño plan de inducción de profesores investigadores de la VRL *Diseño de un manual de inducción a profesores: Descripción de funciones y responsabilidades Beneficios Diseño del Espíritu del Investigador: Valores que se fomentan desde la investigación, para acercar a los líderes y a los estudiantes a este campo			
						Red de investigadores UNIMINUTO	Mensual	Conformación de grupos de profesores por intereses de investigación			
						Información oportuna	Mensual	Grupo en Moodle, Facebook, Whataspp. Compartir bases de datos de redes mundiales de investigadores para profesores UNIMINUTO VRL Fortalecimiento canales de comunicación interna			
						Líderes para la innovación y la transformación social	semestral / mensual / anual				
						Profesores					

CONCLUSIONES

Se pudo concluir, que producción investigativa en la Vicerrectoría Regional Llanos ha incrementado, frente a los procesos que se gestaban en años anteriores, sin embargo, es baja frente a la población total de estudiantes y profesores que hoy hacen parte de la misma. Para ello, es necesario llevar a cabo la ejecución de la estrategia de comunicación que permita a la Dirección de Investigación liderar procesos comunicativos con el fin de impactar a toda su comunidad educativa e incrementar las tasas de participación estudiantil y docente.

RECOMENDACIONES

- La D.I debe contar con un profesional afines con la comunicación (Practicante, empleado) que desarrolle los procesos inherentes a la comunicación
- Ejecutar la estrategia de comunicación en un periodos máximo de tres semestres
- Luego de ejecutada la estrategia, es necesario aplicar los Instrumentos metodológicos para la obtención de resultados
- Crear nuevas estrategias comunicativas acorde a la evolución de los procesos investigativos

BIBLIOGRAFÍA

- Ahumada, L. (2001). *TEORÍA Y CAMBIO EN LAS ORGANIZACIONES: UN ACERCAMIENTO DESDE LOS MODELOS DE APRENDIZAJE ORGANIZACIONAL*. Recuperado de http://www.euv.cl/archivos_pdf/libros_nuevos/teoria_y_cambio.pdf
- Arias, L. (2014). *DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIONES PARA LA DIVULGACIÓN DE INFORMACIÓN DE LA ALCALDÍA MUNICIPAL DE SAN JUAN DE RIOSECO DEL DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA*. Recuperado de http://repository.uniminuto.edu:8080/jspui/bitstream/10656/3058/1/TC_AriasTorresLina_2014.pdf
- Castro, I., & Moreno, L. (2006). *EL MODELO COMUNICATIVO: Teóricos y teorías relevantes*.
- Castro, M. (2013). La cortesía: códigos verbales y no verbales en la comunicación interpersonal/ *Historia Y Comunicación Social*, 18, 365–375. Recuperado de <http://search.proquest.com/docview/1508553558?accountid=14542\nhttp://dn3nh3eq7d.search.serialssolutions.com/?genre=article&sid=ProQ:&atitle=La+cortes?a:+c?digos+verbales+y+no+verbales+en+la+comunicaci?n+interpersonal/Courtesy:+verbal+>
- Cervera, Á. (2008). *Comunicación Total*. Recuperado de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=WLdHROHB6DkC&oi=fnd&pg=PA19&dq=comunicaci%C3%B3n+total+cervera&ots=hx8g6x37uz&sig=QSCT4rOekRuRlTAwuDNLuCy4MDo#v=onepage&q=comunicaci%C3%B3n+total+cervera&f=false>

- Drucker, P. (2004). *Sociedad postcapitaliste*.
- Fajardo, R., & García, D. (2015). *UNIMINUTO Memorias Estadísticas*.
- Galeano, E. C. (1997). Modelos de comunicación.
- García, J. (1998). *Comunicación Interna*. Recuperado de https://books.google.es/books?id=KilceG_59dMC&printsec=frontcover&dq=la+comunicación+interna+jesus+garcía&hl=es&sa=X&ved=0CCsQ6AEwAGoVChMIv_Htnf7iyAIVRqweCh0ZOwBg#v=onepage&q=la+comunicación+interna+jesus+garcía&f=false
- Garrido, F. (2007). Empresa , Estrategia y Comunicación. *Razón Y Palabra*, 12(55), 5.
Recuperado de <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n55/fgarrido.html>
- Garrido, F. (2013). *Comunicación de la estrategia. Comunicación de la estrategia. La efectividad está en la dirección*. Recuperado de http://franciscojavierrgarrido.com/descargas/E_Management.pdf
- Hernández Rodríguez, A. (2002). Planificar la comunicación. *Latina de Comunicación Social*, 48.
- Hernández Samperi, R. (2014). *Metodología de la Investigación*.
- Moré, M. J., Velazco, C. B., Atanes, T. R., & Zunzunegui, T. O. (2012). Lenguaje, comunicación y familia Language,. *Uma ética Para Quantos?*, XXXIII(2), 23.
<http://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2>
- Ongallo, C. (2007). *Manual De Comunicación: guía para gestionar el conocimiento, la información y las relaciones humanas en empresas y organizaciones*. Recuperado de <http://www.galeon.com/anacoello/parte1lib3.pdf>

- Pascual, R. D. M. (2010). *Fundamentos de la comunicación humana*. Recuperado de <http://www.editorial-club-universitario.es/pdf/4227.pdf>
- Piotrowski, B (2001). *El valor de la palabra en la expresión y la comunicación*.
Universidad de La Sabana, Bogotá, D.C
- Portillo, R. (2012). LA COMUNICACIÓN EXTERNA EN UNIVERSIDADES PRIVADAS CON ESTUDIOS A DISTANCIA EN PREGRADO. *Razón Y Palabra*.
Recuperado de http://www.razonypalabra.org.mx/N/N79/V79/59_Portillo_V79.pdf
- Rojas, L., & Arapé, E. (2008). Comunicación humana y cultura de paz : Una aproximación teórica. *LÓGOI*, 109–125.
- Sánchez Calero, M. L. (2005). Desarrollo de la comunicación externa en la empresa. *Sala de Prensa*, 3(83).
- Solano, L. (2011). El método científico y su aplicación en las Ciencias de la Información (Relaciones Públicas). *Documentación Ciencias de La Información*, 34, 157–166.

ANEXOS

Formato de la entrevista

ENTREVISTA

Información General: Entrevista realizada por James Almanza, estudiante de Comunicación Social – Periodismo Uniminuto Vicerrectoría Regional Llanos.

Dirigida: Docentes plantilla de investigación Vicerrectoría Llanos

Banco de Preguntas.

¿Usted sabe cuáles son las funciones de la Dirección de Investigación de la Vicerrectoría Regional Llanos VRL?

¿Qué debilidades ha podido evidenciar en los procesos desarrollados por la Dirección de Investigación de la Vicerrectoría Regional Llanos?

¿Qué percepción tiene usted acerca de la participación estudiantil y docente en las actividades investigativas que ofrece la Dirección de Investigación?

¿Usted fomenta la participación estudiantil? ¿De qué forma?

Referente a los procesos comunicativos, ¿Considera que los medios con los que actualmente cuenta la Dirección de Investigación son suficientes para divulgar toda la información a la comunidad UNIMINUTO VRLL?

¿Qué medios considera pertinentes para emitir información que impacte a todas las audiencias UNIMINUTO VRLL?

Formato de la encuesta**ENCUESTA DE IMPACTO DE LA DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN****Programa:** _____**ID:** _____

1. ¿Cuáles de estas actividades relaciona con los procesos que desarrolla la Dirección de Investigación?(La respuesta es de selección múltiple, según su percepción)

- Proyectos de investigación
- Inclusión
- Práctica social
- Práctica profesional
- Semilleros
- Trabajos opción de grado
- Publicaciones
- Ninguna

2. Diga que tanto conoce o está informado acerca de las actividades que realiza la Dirección de Investigación de la Vicerrectoría Regional Llanos (VRLL) donde (5) es el valor máximo y (1) es el valor mínimo

1 2 3 4 5

3. ¿A través de qué medios se informa usted de los proyectos y actividades que realiza la Dirección de Investigación de la Vicerrectoría Regional Llanos?(La respuesta es de selección múltiple, según su percepción)

- Redes sociales
- Voz a voz
- Aulas virtuales
- Carteleras informativas
- Página web (Llanos.uniminuto.edu)
- Ninguno

- Otro:

4. De las actividades que desarrolla la Dirección de Investigación.

Califique las afirmaciones según la siguiente escala: Completamente de acuerdo (CD), medianamente de acuerdo (MD), de acuerdo (D), en desacuerdo (DS), completamente en desacuerdo (CDS)

	CD	MD	D	DS	CDS
No tengo interés en conocer actividades que desarrolla					
No tengo tiempo por eso no sé de las actividades que desarrolla					
No he tenido la oportunidad de conocer las actividades que desarrolla					
No existen medios de comunicación que me informen acerca de esto					
Los medios institucionales (redes sociales, página web, aulas virtuales) no son suficientes					

- 5. Para la Dirección de Investigación, la participación de los estudiantes en los procesos investigativos es fundamental para la innovación y su desarrollo integral y el de las comunidades. Clasifique su interés por conocer y participar de las actividades que realiza la Dirección de Investigación de la Vicerrectoría Regional Llanos (VRLL). (1) es el mínimo valor y (5) es el máximo valor**

1 2 3 4 5

6. La Dirección de Investigación desarrolla cuatro (4) actividades principales. Establezca cuál de ellas es de su mayor interés.

- Trabajos de investigación
- Semilleros de investigación
- Trabajos de investigación como opción de grado
- Publicaciones

7. ¿Cuáles medios cree son más pertinentes para la divulgación de información de las actividades que realiza la Dirección de Investigación de la Vicerrectoría Regional Llanos (VRL) (1) es el mínimo valor y (5) es el máximo valor

	1	2	3	4	5
Facebook					
Twitter					
Instagram					
Whatsapp					
Periódico virtual La Pluma					
Radio Online Voz activa					
Página web Llanos.uniminuto.edu					
Cartelera informativa					
Aulas Virtuales					

LISTA DE TABLAS

	Página
1. Objetivos de la comunicación interna.....	18
2. Medios de transmisión de comunicación.....	20
3. Pasos para una estrategia de comunicación.....	22
4. Misión, Visión y Principios UNIMINUTO.....	25
5. Semilleros de Investigación (VRLL).....	28
6. Muestra total de estudiantes para la investigación.....	32
7. Ficha técnica de la encuesta.....	34
8. Cronograma del planteamiento de la investigación.....	36
9. Cronograma del desarrollo de la investigación.....	37
10. Resultados de la entrevista.....	54
11. DOFA.....	55
12. MEFE.....	56
13. MEFI.....	57

Resumen Analítico Especializado RAE

	Descripción
Título de la obra	Diseño de un plan de comunicaciones para la divulgación de información de la alcaldía municipal de San Juan de Rioseco del departamento de Cundinamarca
Autor/a	Lina María Arias Torres
Fecha, lugar y editorial de la publicación	2014, UNIMINUTO Regional Llanos
Palabras clave	Plan de Comunicaciones, Proceso comunicativo, Organización
Descripción	La sociedad no se puede imaginar sin las relaciones interpersonales y ellas mismas emergen desde la comunicación que resulta en nuestro diario vivir, es así que el hombre no podría concebir historia, cultura, sociedad, comunidad si no es por medio de la comunicación, es por esto que el proyecto del „Diseño de un plan de comunicaciones“, quiere mejorar y usar esta misma como una herramienta de fortalecimiento entre un ente gubernamental que en este caso sería la Alcaldía Municipal de San Juan de Rioseco y la comunidad.
Resumen	Con este proyecto se pretende llegar a consolidar estrategias de comunicación tanto internas como externas, tácticas y la estructuración de un plan de medios (incluida la creación de una revista institucional, como medio oficial de comunicación escrito), para que sean implementadas por la Administración Municipal obteniendo así la divulgación de información sobre la gestión, planes y proyectos que se llevan a cabo por parte de cada una de las dependencias de la Alcaldía y convirtiendo a la comunicación como una herramienta fundamental para la gestión de un gobierno.
Idea principal	se pretende Diseñar el plan de comunicaciones para la Alcaldía Municipal de San Juan de Rioseco en el departamento de Cundinamarca, para solventar los problemas de desinformación que se presentan por la falta de espacios y los sistemas de participación e información que aún no hay en el municipio y que en la Administración no se han logrado consolidar.
Metodología	El método de investigación que se aplicó para el proyecto es de carácter inductivo, es una investigación de tipo cualitativo, con un enfoque exploratorio
Fuentes	<ul style="list-style-type: none"> • Alcaldía Municipal de San Juan de Rioseco. (2008). Plan de Desarrollo Municipal. Recuperado de http://sanjuanderioseco-cundinamarca.gov.co/apc-afiles/30376535393262366632373761303634/ACUERDO_012_DE_2008_PLAN_DE_DESARROLLO_DE_SAN_JUAN_DE RIOSECO.pdf • Baéz, Carlos, (2000). La comunicación efectiva Santo Domingo. Editorial: Editor BÜHO. • Barbero, Martín, (1987). De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía • Schamm, W, (1969). Responsibility in Mass Communication. • Shannon, C.E.,& Weaver, W. (1949). The Mathematical Theory of

	Communication. Estados Unidos: Urbana, IL:University of Illionois Press
Conclusiones	El proyecto „Diseño de un plan de comunicaciones para la divulgación de información de la Alcaldía Municipal de San Juan de Rioseco en el departamento de Cundinamarca“, es un planteamiento de tipo social en donde se encuentran involucradas las principales variables que son determinantes, en cuanto a las necesidades de comunicación. Es por esto que la Administración Municipal y conforme a la Constitución Política, pretende dar cumplimiento según el artículo 74 el cual establece „Todas las personas tienen derecho a acceder a los documentos públicos salvo los casos que establezca la ley“.
Bibliografía	Arias, L. (2014). <i>DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIONES PARA LA DIVULGACIÓN DE INFORMACIÓN DE LA ALCALDÍA MUNICIPAL DE SAN JUAN DE RIOSECO DEL DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA</i> . Recuperado de http://repository.uniminuto.edu:8080/jspui/bitstream/10656/3058/1/TC_AriasTorresLina_2014.pdf

	Descripción
Título de la obra	La cortesía: códigos verbales y no verbales en la comunicación interpersonal
Autor/a	María del Mar Castro
Fecha, lugar y editorial de la publicación	2013, Universidad Complutense de Madrid
Palabras clave	Cortesía, tradiciones, comunicación interpersonal, naturalidad respetuosa
Descripción	El ser humano es un ser social por naturaleza. La comunicación y la convivencia son el propósito de las habilidades sociales por las que todos los seres humanos nos interesamos como medio y fin para mejorar las relaciones que mantenemos con las personas de nuestro entorno. Una sociedad puede concebirse y evolucionar cuando sus miembros conocen y practican unos códigos de conducta, actuales y flexibles, que facilitan y amplifican las relaciones.
Resumen	Una sociedad puede concebirse y evolucionar cuando sus miembros conocen y practican unos códigos de conducta, actuales y flexibles, que facilitan y amplifican las relaciones. La participación e interacción sociales están presididas por un conjunto de normas articuladas en torno al principio de la naturalidad respetuosa adaptados a los tiempos actuales, al ambiente concreto, a la situación precisa y a las personas. A lo largo de la historia, la cortesía ha sido un elemento fundamental de comunicación interpersonal.
Idea principal	El marco cultural y cada situación en particular determinan los encuentros personales. El lenguaje, las formas de comunicación no verbal, las convenciones sociales, los valores e ideologías, entre otros, afectan al comportamiento social de forma directa e indirecta.
Fuentes	MACHADO, Y (2011). "La comunicación no verbal en la comunicación de los estudiantes de español para no hispanohablantes en el proceso de aprendizaje". En Cuadernos de Educación y Desarrollo, Vol 3, no 28. PÉREZ DE LAS HERAS, Mónica (2010). ¿Estás comunicando? Madrid: LID Editorial Empresarial. FERNÁNDEZ, Fernando (2010): Protocolo para todos. Práctica, secretos y anécdotas. Madrid: Oberon, Grupo Anaya. MAESTRE, María del Mar CASTRO. Técnicas para hablar en público. Guía para una comunicación eficaz (2010): Ediciones Protocolo (Oviedo)
Conclusiones	En su adecuación a la compleja sociedad del siglo XXI, las normas de urbanidad se han sometido a un proceso de renovación, modernización y adaptación a los tiempos actuales, al ambiente concreto, a cada situación precisa y a las personas implicadas en el trato, siempre sin perder de vista las hipótesis que la sustentan: expansión de la sociabilidad y éxito de la convivencia, bajo las premisas de observación, prudencia y apreciación
Bibliografía	Castro Maestre, M. M. (2013) La cortesía: códigos verbales y no verbales en la comunicación interpersonal. Historia y Comunicación Social. Vol. 18 No Especial Noviembre. Págs. 365-375

	Descripción
Título de la obra	Empresa, Estrategia y Comunicación
Autor/a	Francisco Garrido
Fecha, lugar y editorial de la publicación	2007, Razón y Palabra
Palabras clave	Empresa, Mensaje, Estrategia
Descripción	La empresa como unidad social organizada y abierta está indisolublemente ligada al fenómeno de la comunicación y éste es impensado como tal, fuera del campo cultural y social. La capacidad simbólica de las organizaciones se afina en la naturaleza del hombre y sobre tal naturaleza volverán una y otra vez las distintas perspectivas y escuelas, los distintos enfoques y prácticas, así como las más complejas “soluciones modélicas” de la realidad comunicacional.
Resumen	En su artículo científico, Garrido plantea la comunicación como el aspecto determinante para las organizaciones, para el desarrollo del mismo desglosa conceptos como el de la Comunicación, el mensaje y los actos comunicativos en pro del buen funcionamiento de una organización
Idea principal	Si hemos de convenir en que la comunicación sólo puede ser estratégica en la organización o empresa, podremos estar nuevamente de acuerdo en que si no encontramos en el mentado “plan estratégico de comunicación” elementos que hagan operacionalizable el Plan Estratégico de Negocios de la propia compañía, estaremos en presencia de un esfuerzo inútil y costoso.
Fuentes	Garrido, Francisco Javier (2005). Comunicación Estratégica, Edit. Gestión 2000, Barcelona, España. (2ª edición). Putnam, Garrido y Costa (2001). Comunicación Empresarial, Edit. Gestión 2000, Barcelona, España. Kaplan y Norton (1996). The Balanced Scorecard: translating strategy into action, Editorial Harvard Business School Press, Boston, EE.UU.
Bibliografía	Garrido, F. (2007). Empresa , Estrategia y Comunicación. <i>Razón Y Palabra</i> , 12(55), 5. Recuperado de http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n55/fgarrido.html

	Descripción
Título de la obra	Planificar la Comunicación
Autor/a	Ana Hernández Rodríguez
Fecha, lugar y editorial de la publicación	2002, Revista Latina de Comunicación Social
Palabras clave	Comunicación, Planificación, Empresa
Descripción	Toda estructura social cuyo desarrollo está relacionado con actividades externas crea por sí misma procesos de comunicación. Hasta hace algunos decenios esta relación entre generadores de actividad social y sus destinatarios no estaba reglada, se guiaba por el caso concreto y no obedecía ni a objetivos, ni a planificación. Las empresas e instituciones se planteaban sus actividades en términos de supervivencia contable y no incluían en ningún caso acciones que pudieran generar un desvío presupuestario. Todo lo relacionado con la imagen se consideraba superfluo.
Idea principal	Los Planes de Comunicación se conciben para definir los criterios básicos de comunicación (interna, externa y marketing) durante un periodo largo de tiempo (por ejemplo, cuatro años) y los criterios básicos con carácter anual. Es decir, que por una parte se fijará el objetivo general de comunicación y por otro el correspondiente al año en curso, como patrón básico de trabajo
Fuentes	<p>Álvarez, Tomás, Vendedores de imagen: los retos de los nuevos gabinetes de comunicación, Paidós, Barcelona, 1997</p> <p>Arjonilla, D. Sixto Jesús, La gestión de los sistemas de información en la empresa, Pirámide, Madrid, 2002</p> <p>Costa, Joan, Imagen corporativa en el siglo XXI, Ediciones La Crujía, Barcelona, 2001</p> <p>Sánchez, F. Comunicaciones de marketing : planificación y control, Pirámide, Madrid, 2001</p> <p>González, S. Identidad visual corporativa: la imagen de nuestro tiempo, Síntesis, Madrid, 2002</p> <p>KIRKPATRICK, Donald L, Claves para una comunicación eficaz, Gestión 2000, Barcelona, 2001.</p>
Conclusiones	Como ideas básicas sobre metodología de comunicación, debe concluirse que hay que facilitar el control sobre el Gabinete de Comunicación, diferenciando claramente las tareas propias de él, del asesoramiento o el apoyo al titular de la institución; dotarlo de medios y personal necesarios y posibilitar el diseño y puesta en marcha de una estrategia, garantizando su cumplimiento para que ésta sea eficaz. Puesto en marcha el plan de comunicación sirva el siguiente esquema tomado de otros trabajos sobre comunicación interna para esbozar los objetivos en los primeros meses de su puesta en marcha
Bibliografía	Hernández Rodríguez, A. (2002). Planificar la comunicación. <i>Latina de Comunicación Social</i> , 48.

