	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	<u>Documento</u>	<u>Código</u>	<u>Fecha</u>	<u>Revisión</u>
	FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	F-AC-DBL-007	10-04-2012	A
<u>Dependencia</u>	<u>Aprobado</u>		<u>Pág.</u>	
DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	SUBDIRECTOR ACADEMICO		1(65)	

RESUMEN - TESIS DE GRADO

AUTORES	MARCIA LUCIA GÓMEZ SUÁREZ
FACULTAD	DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES
PLAN DE ESTUDIOS	COMUNICACIÓN SOCIAL
DIRECTOR	EDUARDO SANCHEZ NAVARRO
TÍTULO DE LA TESIS	IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE MEDIOS Y COMUNICACIÓN INTERNA EN EL INSTITUTO NACIONAL DE VIAS, INVIAS

RESUMEN

(70 palabras aproximadamente)

La pasantía fue realizada en el Instituto Nacional de Vías, INVIAS territorial Ocaña la cual conllevó una serie de etapas, cada una orientada y dirigida por el por el Comunicador Social Eduardo Sánchez Navarro y de los jurados de mi proceso de pasantía los docentes Lina Fernanda Amaya y Antón García Barreto; de esta manera, se comienza con el diseño de un plan de trabajo, el cual contiene de forma general la estructura del periodo de la pasantía, seguidamente se elabora el primer informe, que reporta el titulo dado al trabajo de pasantía, descripción de la empresa.

CARACTERÍSTICAS

PÁGINAS: 65	PLANOS:	ILUSTRACIONES: 3	CD-ROM: 1
-------------	---------	------------------	-----------



**IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE MEDIOS Y COMUNICACIÓN
INTERNA EN EL INSTITUTO NACIONAL DE VIAS, INVIAS**

MARCIA LUCIA GÓMEZ SUÁREZ

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
FACULTAD ARTES Y HUMANIDADES
COMUNICACIÓN SOCIAL
OCAÑA
2014**

**IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE MEDIOS Y COMUNICACIÓN
INTERNA EN EL INSTITUTO NACIONAL DE VIAS, INVIAS**

MARCIA LUCIA GÓMEZ SUÁREZ

**Trabajo de grado bajo la modalidad de pasantías presentado para optar por el título
de Comunicadora Social**

**Director Pasantía
EDUARDO SANCHEZ NAVARRO
Comunicador Social**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
FACULTAD ARTES Y HUMANIDADES
COMUNICACIÓN SOCIAL
OCAÑA
2014**

CONTENIDO

	Pág.
<u>INTRODUCCIÓN</u>	10
1. <u>IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE MEDIOS Y COMUNICACIÓN INTERNA EN EL INSTITUTO NACIONAL DE VIAS, INVIAS</u>	11
1.1 <u>DESCRIPCION BREVE DE LA EMPRESA</u>	11
1.1.1 Misión.	11
1.1.2 Visión.	11
1.1.3 Objetivos de la empresa	11
1.1.4 Descripción de la estructura organizacional	12
1.1.5 Descripción de la dependencia asignada	12
1.2. <u>DIAGNÓSTICO INICIAL DE LA DEPENDENCIA ASIGNADA</u>	12
1.3. <u>OBJETIVO DE LA PASANTIA</u>	14
1.3.1 Objetivo general	14
1.3.2 Objetivos específicos.	14
1.4. <u>DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES A DESARROLLAR EN LA EMPRESA</u>	14
2. <u>ENFOQUES REFERENCIALES</u>	15
2.1. <u>ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN A NIVEL INTERNACIONAL.</u>	15
2.1.1 Antecedentes históricos de las estrategias de comunicación a nivel nacional.	16
2.1.2 Antecedentes históricos de las estrategias de comunicaciones a nivel local.	17
2.2 <u>ENFOQUE CONCEPTUAL</u>	17
2.2.1 Estrategia	17
2.2.2 Comunicación.	20
2.2.3 Implementación.	22
2.2.4 Desarrollo.	22
2.2.5 Información	26
2.2.6 Participación social.	27
2.2.7 Medios alternativos	28
2.2.8 Comunicación externa.	29
2.3 <u>ENFOQUE LEGAL</u>	30
3. <u>INFORME DE CUMPLIMIENTO DE TRABAJO</u>	33
3.1. <u>PRESENTACIÓN DE RESULTADOS</u>	34
4. <u>DIAGNÓSTICO FINAL</u>	60
5. <u>CONCLUSIONES</u>	61

6. <u>RECOMENDACIONES</u>	62
<u>BIBLIOGRAFIA</u>	63
<u>REFERENCIAS DOCUMENTALES ELECTRÓNICAS</u>	64

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Organigrama	12
Figura 2. Matriz DOFA	13
Figura 3. Descripción de las actividades	14

RESUMEN

La pasantía fue realizada en el Instituto Nacional de Vías, INVIAS territorial Ocaña la cual conllevó una serie de etapas, cada una orientada y dirigida por el por el Comunicador Social Eduardo Sánchez Navarro y de los jurados de mi proceso de pasantía los docentes Lina Fernanda Amaya y Antón García Barreto; de esta manera, se comienza con el diseño de un plan de trabajo, el cual contiene de forma general la estructura del periodo de la pasantía, seguidamente se elabora el primer informe, que reporta el título dado al trabajo de pasantía, descripción de la empresa, (misión, visión, objetivos de la empresa, descripción de la estructura organizacional y descripción de la de la dependencia en la que fui asignado).

En el informe parcial se indica la descripción de acciones realizadas hasta el momento, enfoque referencial, conceptual y legal, presentación de resultados, de acuerdo con el cronograma de actividades.

El informe final recopila el avance general de la pasantía dando a conocer los resultados implementando una estrategia de medios y comunicación interna en el instituto nacional de vías, Invias.

INTRODUCCIÓN

El trabajo de grado bajo la modalidad de pasantía en el Instituto Nacional de Vías, INVIAS tiene como fin aportar elementos importantes en la implementación de una estrategia de medios y comunicación interna para mejorar el clima organizacional entre directivos y administrativos.

Es por esto que se quiso realizar este proyecto basado en las necesidades ya que las organizaciones en la actualidad no solamente direccionan sus energías en la prestación de sus

1. IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE MEDIOS Y COMUNICACIÓN INTERNA EN EL INSTITUTO NACIONAL DE VIAS, INVIAS

1.1 DESCRIPCION BREVE DE LA EMPRESA

El Instituto Nacional de Vías inició labores el 1 de enero de 1994 mediante el decreto 2171 del 30 de diciembre de 1992, que creó un establecimiento público del orden nacional, con personería jurídica, autonomía administrativa y patrimonio propio, adscrito al Ministerio de Transporte, que tuviera como objetivo ejecutar las políticas y proyectos relacionados con la infraestructura vial a cargo de la Nación.

Durante el fortalecimiento del sector transporte INVIAS también asumió nuevas funciones y su estructura interna cambió con los Decretos N° 2056 y 2067 del 24 de julio de 2003.

Como organismo adscrito al Ministerio de Transporte, el Instituto Nacional de Vías pertenece a la Rama Ejecutiva.

Los cerca de 13.000 kilómetros de extensión que tiene la infraestructura vial del país son, en síntesis, nuestra razón de ser.

Por ello cuidamos día a día de las 7 troncales, que recorren nuestro territorio de Norte a Sur, y de las 8 transversales que unen a dichas troncales en su tránsito Oriente - Occidente.

1.1.1. Misión. Garantizar a la sociedad la construcción, mejoramiento y mantenimiento de la infraestructura vial no concesionada a cargo de la entidad, contribuyendo así, al desarrollo sostenible y a la integración del país a través de una red eficiente, cómoda y segura.

1.1.2. Visión. Ser en el año 2019, una entidad dinamizadora del desarrollo de la infraestructura vial no concesionada a su cargo, que brinda seguridad y bienestar a los usuarios, altamente reconocida por la calidad en su gestión, integrada por un equipo humano comprometido en el cumplimiento de su misión.

1.1.3. Objetivos de la empresa. Contribuir al desarrollo vial del País.

Propender por la Satisfacción de clientes de INVÍAS y usuarios de la infraestructura vial.

Mantener la infraestructura vial a cargo de INVÍAS.

Contratar la ejecución de los programas y proyectos viales.

Lograr eficiencia y calidad en los programas y proyectos viales.

Mejoramiento continuo de los procesos.

Potenciar el talento humano.

1.1.4. Descripción de la estructura organizacional

Figura 1. Organigrama



Fuente: <http://www.invias.gov.co/index.php/informacion-institucional/organigrama>

1.1.5. Descripción de la dependencia asignada. En comunicaciones nos encargamos de la comunicación interna y externa de INVIAS en la Territorial Ocaña. Lo anterior hace referencia a la elaboración de boletines de prensa, crear un blog, diseño propuesta para la creación de un circuito cerrado de radio, y la realización de spot radiales.

1.2. DIAGNÓSTICO INICIAL DE LA DEPENDENCIA ASIGNADA

El diagnóstico inicial se manifiesta dentro de una matriz DOFA, para reconocer las dificultades donde realizó la pasantía y las acciones a llevar a cabo al interior de INVIAS.

Figura2. Matriz DOFA

MATRIZ DOFA	
DEBILIDADES:	OPORTUNIDADES:
<p>Carencia de equipos aptos para desempeñar un excelente papel comunicacional.</p> <p>Falta de una oficina que ejecute las funciones comunicativas internas y externas de la institución.</p> <p>No se cuenta con un espacio en emisoras para emitir la información necesaria y mostrar los avances de proyectos.</p> <p>Falta de un ambiente laboral adecuado, dificultando de esta manera las acciones a desarrollar.</p> <p>Capacitaciones constantemente.</p>	<p>Realizar boletines de prensa en donde exista una relación más estrecha entre INVIAS y los diferentes medios de comunicación.</p> <p>Realizar encuestas para medir la imagen corporativa y poder realizar estrategias.</p> <p>Publicar pendones en donde se dé a conocer la misión y la visión de la Institución.</p> <p>Propuesta de un plan estratégico en el área de comunicaciones.</p> <p>Implementar estrategia que permita fortalecer la disposición y divulgación de las políticas de operación adoptadas por el Sistema.</p>
FORTALEZAS:	AMENZAS:
<p>Se cuenta con un amplio personal profesional para apoyar el área de comunicaciones.</p> <p>Existe el respaldo del Director Territorial para facilitar la información necesaria.</p> <p>Constante información suministrada por parte de los funcionarios del Invias para la publicación de boletines de prensa institucionales.</p> <p>Creación de un blog institucional de la territorial Invias-Ocaña para la publicación de notas informativas.</p> <p>Alimentar la página web para darle a conocer información a la comunidad Ocañera.</p>	<p>No contar con las condiciones de infraestructura y recursos técnicos y tecnológicos para desempeñar un buen trabajo como por ejemplo equipos de cómputo, cámaras de videos y fotográficas, grabadoras de voz.</p> <p>Que los futuros empleados de la oficina de comunicaciones no tengan conocimientos técnicos relacionados con el manejo de equipos.</p> <p>Falencias en la comunicación interna.</p>

Fuente. Pasante del proyecto

1.3. OBJETIVO DE LA PASANTIA

1.3.1. Objetivo general. Implementar una estrategia de medios y comunicación interna para el Instituto Nacional de Vías, territorial Ocaña.

1.3.2. Objetivos específicos. Realizar un plan de medios.

Establecer herramientas de comunicación interna.

1.4. DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES A DESARROLLAR EN LA EMPRESA

Figura 3. Descripción de las actividades.

OBJETIVO GENERAL.	OBJETIVOS ESPECIFICOS.	ACTIVIDADES PARA HACER POSIBLE EL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS ESPECIFICOS.
Implementar una estrategia de comunicación interna INVIAS.	Realizar un plan de medios.	Realizar boletines de prensa. Producción de spot radiales. Creación de un blog de fácil acceso que contenga la información del instituto.
	Establecer herramientas de comunicación interna.	Diseño de la propuesta para la creación de un circuito de radio interno. Capacitaciones, charlas, seminarios y talleres de tipo institucional con temas de interés. Creación de un buzón de sugerencias, recolección y análisis de la información y posterior alternativas de respuesta. Aplicación de encuestas de satisfacción a nivel interno.

Fuente. Pasante del proyecto

2. ENFOQUES REFERENCIALES

2.1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN A NIVEL INTERNACIONAL.¹

La comunicación es el proceso por el cual el hombre ha logrado diferenciarse de los demás seres vivos al conseguir exponer sus ideas, sentimientos, emociones e interrelacionarse para desarrollar nuevos pensamientos. Etimológicamente, comunicar viene del latín *comunicare*, que significa hacer común, lo que implica que más allá de interiorizar nuestros pensamientos, la comunicación hace necesario ponerlos en común frente a los otros.

El hombre, ricamente dotado de facultades innatas de comunicación, ha conseguido erguirse por encima de las demás especies gracias a su capacidad de organización. Así como a las otras potencialidades que ha sabido desplegar para mejorar, extender y ampliar dichas facultades naturales. A lo largo de la historia, el ser humano ha procurado mejorar su capacidad de recibir y asimilar información sobre el medio circundante y de aumentar al mismo tiempo la rapidez, la claridad y la diversidad de sus propios métodos de transmisión de información.

Por su parte, Ryan Jeremiah, en su libro *La comunicación Humana* opina: “la comunicación sostiene y anima la vida. Motor y expresión de la actividad social y de la civilización, ha llevado a los hombres y a los pueblos desde el instinto hasta la inspiración, a través de una serie de procesos y sistemas de información, impulsos y control. Ensambla el saber, la organización y el poder, vincula en el hombre la memoria de sus orígenes con sus aspiraciones más nobles para una vida mejor”. Hablar de comunicación enmarca un sinnúmero de intercambios de ideas que el hombre ha transformado en hechos para el avance y construcción de un fondo común de conocimientos que le permita crecer.

Por otra parte, la comunicación fue evolucionando y con ella las formas de transmisión de la información para lograr objetivos comunes. El hombre se dio cuenta que no solo con las palabras podría llegar a la total expresión de sus ideas, sino que también con ayuda de la escritura podría difundir de una manera más amplia sus pensamientos. Durante siglos e incluso en ciertas regiones durante milenios la inmensa mayoría de los habitantes de la tierra han vivido en la pequeña unidad social -tribus o pueblos- a la que pertenecían. La comunicación interpersonal constituía en ella la forma esencial de relación social. Poco a poco la comunicación se institucionalizó en las sociedades tradicionales. Como han ocurrido en las sociedades ulteriores. La comunicación interpersonal ha coexistido con la comunicación pública institucionalizada para transmitir las normas y las costumbres. Al mismo tiempo la comunicación estaba limitada por la lentitud de su difusión, sin embargo, pese a esta lentitud, el saber y las ideas pudieron prender profundamente a gran distancia de su origen.²

¹JEREMIAH, Ryan. *La Comunicación Humana*. Universidad Católica Andrés Bello. Caracas, Venezuela

² <http://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis137.pdf>

Fue gracias a la difusión de la información que se lograron progresos en la administración, el comercio y la educación, así como también a la expansión económica y militar.

Ante la necesidad del hombre de propagar sus ideologías surge la comunicación de masas que entra a jugar un papel fundamental en la civilización y en los procesos sociales propios de la era moderna que comienza gracias a la invención de la imprenta que le permite al hombre darse cuenta de que la difusión escrita de sus ideas le permitirá mayor impacto y eficiencia.

La técnica de la imprenta hizo su aparición en China en el siglo IX y luego se desarrolló en Europa en el siglo XV. En el siglo XVII, después de los libros, vinieron los panfletos y, más tarde, los periódicos. Algunos de los primeros periódicos copiaban y difundían informaciones sobre el comercio, las materias primas disponibles, el movimiento de los bancos y otros temas análogos, proporcionando un sentido que necesitaba el naciente sistema capitalista.³

2.1.1 Antecedentes históricos de las estrategias de comunicación a nivel nacional.⁴

Hablar de estrategias comunicacionales del sector público en tanto, es apelar a un amplio espectro de acciones o herramientas que pueden incluir desde la difusión de beneficios en cada comuna o departamento del país llevada a cabo por funcionarios territoriales, hasta acciones más propias de la publicidad o el marketing atendiendo al legítimo derecho que los gobiernos tienen en que la población les vincule a determinados avances en la incorporación al sistema de beneficios de la población. Un plan de medios puede formar parte de la estrategia, pero no acotarse sólo a ello. Más de algún funcionario público nos habló del trabajo con la prensa, no obstante aquello apela a la difusión del Ministerio o repartición pública determinada, trabajo que se realiza con un lenguaje masivo y no acotado o especializado a la población beneficiaría determinada.

Hay una tendencia a utilizar las estrategias del marketing cuyas piezas de campaña se orientan a informar sobre la existencia del beneficio más que del contenido del mismo. Un claro ejemplo es cuando se invita a acudir a un número de teléfono o a una página web para buscar la información, dando por sobreentendido que los receptores y receptoras -de escasos recursos económicos y culturales- tienen una práctica habitual en el uso de Internet o telefonía, acceso a las nuevas tecnologías que no es necesariamente común en todos nuestros pueblos.

Uno de los medios de comunicación más representativos en el país es el periódico el cual es considerado como el primer medio de comunicación que pareció en 1785 en la ciudad de Santa Fe en Colombia. Durante los primeros años del siglo XX la prensa colombiana se asienta y ésta nace entorno a dos diferentes ideales políticos: liberal y conservador.

³ Bid, p.1

⁴http://www.archive.org/stream/estrategiasComunicacionalesUtilizadasPorElEstadoParaDifundirSus/Informe_Final_djvu.txt

Por esto, en muchos casos, la política y la prensa estaban estrechamente ligadas, ya que en algunos periódicos como El Tiempo y El Siglo sus directores fueron presidentes del país.

2.1.2 Antecedentes históricos de las estrategias de comunicaciones a nivel local.⁵ El Instituto Nacional de Vías (INVIAS) ha venido construyendo una cultura comunicativa acorde con sus necesidades. Por ello, optimizando su capital humano y los recursos propios, ha logrado progresivamente implementar medios de comunicaciones eficaces y efectivas que van más allá de lo periodístico, teniendo como concepto fundamental la responsabilidad social en la emisión de información.

La Oficina de Comunicaciones ha realizado un trabajo importante a nivel interno y externo, con el INVIAS para interactuar, intercambiar opiniones, crear alianzas y fortalecer imagen corporativa.

Los medios de comunicación deben ofrecer una oportunidad de intercambio de ideas.

2.2 ENFOQUE CONCEPTUAL

Para la realización de este trabajo y de la pasantía en el “INSTITUTO NACIONAL DE VIAS”, es importante tener claros conceptos tales como:

2.2.1 Estrategia. La estrategia es un modelo coherente, unificador e integrador de decisiones, que determina y revela el propósito de la organización en términos de objetivos a largo plazo, programas de acción, y prioridades en la asignación de recursos, tratando de lograr una ventaja sostenible a largo plazo y respondiendo adecuadamente a las oportunidades y amenazas surgidas en el medio externo de la empresa, teniendo en cuenta las fortalezas y debilidades de la organización.⁶

Por otro lado, teniendo en cuenta que hoy en día la estrategia se ha convertido en una herramienta obligatoria dentro de la actividad gerencial, existen aspectos diferenciadores que en conjunto integran una definición suprema de lo que realmente es. Dentro de las acepciones generales que se han encontrado, la estrategia se enfoca hacia el lado de establecer un planteamiento, ya que dentro de las organizaciones en un principio es vista como una guía, un modo de acción futura que generara posteriores beneficios si se realiza correctamente. Así mismo, se enfoca hacia una percepción más modelada, ya que puede considerarse un patrón que permite una determinada coherencia a través del tiempo. Para este caso, se plantea una estrategia deseada y una aplicada. La estrategia deseada es la concepción original que se tiene sobre lo que se quiere hacer en la empresa y la aplicada es lo que realmente se hizo, comparándolo con lo deseado. Aquí, la experiencia es la parte

⁵http://www.archive.org/stream/estrategiasComunicacionalesUtilizadasPorElEstadoParaDifundirSus/Informe_Final_djvu.txt

⁶ 1 MORENO, Claudia. Proyecto Institucional (PEI): un instrumento para alcanzar acuerdos. [online]., 2003 [cited 10 de agosto 2011]. [Ciudad de México, México]. Available from internet: [URL: <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger/estrategia.htm>]

impulsadora del establecimiento de nuevas metas organizacionales y la intuición o el sentido práctico se reafirma gracias a los resultados obtenidos.

La enmarcación de la estrategia se debe precisamente a las experiencias vividas por las organizaciones en periodos determinados de tiempo. Así como puede verse en un planteamiento o en un modelo, la estrategia a su vez es vista como un posicionamiento, como una perspectiva o porque no, también como una trampa. Posicionamiento al darse como la creación de una posición única y productora de valor, que implica un conjunto particular de actividades. Perspectiva al ser vista como el medio fundamental de una organización para llevar a cabo sus acciones y como una trampa, al constituirse como una maniobra específica para eliminar a un competidor directo.⁷

Aparte de las anteriores concepciones que se tienen sobre cómo es vista la estrategia a nivel empresarial, existen múltiples definiciones dadas por los clásicos, o referenciadas en concepciones empíricas, que argumentan a la estrategia para ser aplicada en las organizaciones. En los últimos años el concepto de estrategia ha evolucionado de manera tal que, sobre la base de éste ha surgido una nueva escuela de administración y una nueva forma de dirigir a las organizaciones, llamada "administración estratégica". La estrategia en administración, es un término difícil de definir y muy pocos autores coinciden en el significado de la estrategia. Pero la definición de estrategia surge de la necesidad de contar con ella.

Por estrategia para la administración, básicamente se entiende la adaptación de los recursos y habilidades de la organización al entorno cambiante, aprovechando las oportunidades y evaluando los riesgos en función de objetivos y metas. Se tiende a recurrir a la estrategia en situaciones inciertas, no estructuradas, no controlables, es decir, en aquellas situaciones donde hay otro bando cuyo comportamiento no se puede pronosticar. Tener un propósito estratégico implica tener una visión sobre el futuro, debe permitir orientar, descubrir y explorar. El sentido de la orientación debe responder: ¿Qué empresa queremos ser? y ¿Adónde queremos llegar? Una de las claves empresariales es tener claro el negocio actual y futuro, ya que no se puede decidir sin saber a dónde se quiere llegar.

Ya que se tiene una mejor concepción de lo que puede llegar a significar, la estrategia bien aplicada en cada organización, lo que falta para concluir esta primera parte es definir sus objetivos centrales y sus características principales. La estrategia, además de presentarse durante la adecuación de la organización a un entorno, enfrenta problemas como la selección de metas concretas en ese mismo entorno, el cual es cambiante y en continuo proceso. Define cuáles son los bienes y servicios que deben crearse y así mismo delimitar el alcance que van a tener. Según el tipo de estrategia se determinan una serie de políticas que influirán para que la estrategia tenga mayor o menor tiempo de duración y así determinarle a la misma una estructura acorde con los puntos anteriores. El hecho de enfrentarse a un entorno de inestabilidad y continua variación, hace necesaria la complejidad de la estrategia. La integración, al igual que la complejidad, debe ajustarse a lo que demande el

⁷Ibid., : □URL: <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger/estrategia.htm>□

entorno y a lo que esté dispuesto a dar la empresa con relación a la estrategia a usar. La dimensión de las decisiones estratégicas, está basada en un conflicto, en una incertidumbre, o una especulación. De ser así, la decisión estratégica básica es la misión. La esencia de la estrategia tiene que ver con el descubrimiento, con la exploración, con el ensayo y el error. El reto de la estrategia es exigir a la alta dirección que exponga una aspiración tan elevada que sea capaz de abrir una brecha abismal entre la ambición y los recursos que se hayan propuesto.⁸

Así como existen múltiples definiciones para dar a conocer lo que es la estrategia en sí, también existen múltiples características que refuerzan la concepción actual de estrategia empresarial. Provee de una orientación, ya que sirve de brújula en las organizaciones con el fin de mantener el rumbo coherente con el interés que se tenga. Además, favorece la coordinación de las actividades, es un medio para que el usuario externo comprenda a cada empresa y la diferencia de la competencia. Proporciona un sentido de pertenencia con la misma y busca el orden para facilitar las acciones a realizar.

Como en la mayoría de elementos vistos a lo largo de la concepción de gestión actual, la estrategia posee tres diferentes niveles delimitados cada uno por el origen y destino que van a tener y el enfoque de trabajo que se realiza para cada nivel. Pueden distinguirse el primer nivel en el que la estrategia es de tipo corporativo, ya que es la de nivel más alto. Es la que decide los negocios a desarrollar y los negocios a eliminar. El segundo nivel se enfoca más hacia la estrategia de negocio, ya que es la estrategia específica para cada ejercicio, cómo va a ser manejado, qué cartera de productos va a desarrollar la empresa, etc. Por último, se distingue el tercer nivel, de estrategias funcionales, el cual enfatiza en las estrategias correspondientes a las áreas funcionales como marketing, producción, finanzas. Son implementadas por las áreas, pero siempre decididas por el gerente general.⁹

Por otro lado, la estrategia se ha convertido en una herramienta necesaria dentro de cualquier actividad. En el mundo de los negocios e incluso en el doctrinal, se utiliza con diversas acepciones por muchos autores y directivos de empresas. Ello se debe a que el término explica tanto acciones pasadas (patrones) como comportamientos intencionales, (planes) para el futuro.

Como no se trata de limitar perspectivas sino de ampliarlas, sugerimos algunos conceptos cuyos significados hacen referencia a la palabra "Estrategia": objetivos, metas, políticas, programas, plan, patrón, secuencia de acciones, "arte del general", tácticas, asignación de recursos, maniobras, logística, sincronización de fuerzas, enfoques de operaciones, selección de posiciones, pautas, modelos, fuerza motriz, actitud, proceso que asegura decisiones óptimas, propósito, visión, etc.

⁸Ibid., □URL: <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger/estrategia.htm> □

⁹ UNIVERSIDAD NACIONAL DE BOGOTÁ. ¿Qué es estrategia? □online□., sine facta□ cited 10 de agosto 2011□. □Bogotá, Colombia□. Available from internet: □URL: <http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/economicas/2008551/lecciones/cap1-4-2.htm> □

Sea cual fuere la definición, lo cierto es que cualquier acepción amplia del término que tomemos nos conduce a afirmar que toda empresa que compite posee una estrategia, ya sea explícita (deliberada, formal) o implícita (espontánea, emergente).

2.2.2 Comunicación. La comunicación, es el traspaso de información, desde un emisor, mediante un canal, hacia un receptor. Proceso mediante el cual, luego toma el sentido inverso. O sea, el receptor se vuelve emisor y así consecutivamente retroalimentación. Esta información, que es transmitida, por medio de la comunicación, es recibida por el subconsciente y luego captada por el consciente.¹⁰

Una de las barreras para la comunicación, son los idiomas. Ya que éstos son muy diversos, según la región que se visite. Hay excepciones, como en Latinoamérica, donde todos los países, menos Brasil, hablan español. Por lo que si uno está de viaje por esta región y maneja el español, no le será difícil comunicarse. Pero si se viaja por Europa, donde existen variados idiomas, la comunicación con sus habitantes, se nos puede tornar muy complicada. Incluso para pedir cosas, tan esenciales, como un vaso de agua. Por lo mismo, la diferencia de lenguas, ha llevado más de una vez, a conclusiones erróneas. Las cuales a veces, son muy difíciles de subsanar. Es por esta misma razón, que la comunicación entre los seres humanos, se ha ido globalizando. ¿De qué manera?, estableciendo un idioma universal, para todas las personas. Este idioma lo conocemos todos, no es más ni menos que el inglés. Necesidad de universalizar la comunicación, que nace del mundo de los negocios. Ya que para poder cerrar distintos tratos, entre personas de diversas nacionalidades, se tuvo que buscar un idioma, que la mayoría manejara. O que el país más poderoso del mundo utilizara. Por ello es que el inglés, es el idioma universal de la comunicación, hoy en día. La comunicación es un fenómeno inherente a la relación que los seres vivos mantienen cuando se encuentran en grupo. A través de la comunicación, las personas o animales obtienen información respecto a su entorno y pueden compartirla con el resto.

El proceso comunicativo implica la emisión de señales (sonidos, gestos, señas, etc.) con la intención de dar a conocer un mensaje. Para que la comunicación sea exitosa, el receptor debe contar con las habilidades que le permitan decodificar el mensaje e interpretarlo. El proceso luego se revierte cuando el receptor responde y se transforma en emisor (con lo que el emisor original pasa a ser el receptor del acto comunicativo).

En el caso de los seres humanos, la comunicación es un acto propio de la actividad psíquica, que deriva del pensamiento, el lenguaje y del desarrollo de las capacidades psicosociales de relación. El intercambio de mensajes (que puede ser verbal o no verbal) permite al individuo influir en los demás y a su vez ser influido.

Entre los elementos que pueden distinguirse en el proceso comunicativo, se encuentra el código (un sistema de signos y reglas que se combinan con la intención de dar a conocer

¹⁰ CLUBENSAYOS. ¿Qué es estrategia? [online]., 2011 [cited 13 de agosto 2011]. [sine loco]. Available from internet: [URL: <http://clubensayos.com/Espa%C3%B1ol/La-Comunicaci%C3%B3n/100738.html>]

algo), el canal (el medio físico a través del cual se transmite la información), el emisor (quien desea enviar el mensaje) y el receptor (a quien va dirigido).

La comunicación puede ser afectada por lo que se denomina como ruido, una perturbación que dificulta el normal desarrollo de la señal en el proceso (por ejemplo, distorsiones en el sonido, la afonía del hablante, la ortografía defectuosa).¹¹

Entre las distintas concepciones de comunicación hay dos contrastantes: aquella que considera la comunicación como transmisión de información y otra que la define como producción de significación.

Como transmisión de información, un emisor codifica un mensaje, es decir, pone sus ideas en un código y otro lo decodifica.

En la comunicación, además de un lenguaje verbal, interviene el lenguaje de los gestos, los tonos de la voz, la mirada, etc. Como producción de significación, el receptor del mensaje tiene en cuenta todos estos elementos al mismo tiempo y va construyendo una significación del mensaje que recibe. Los receptores realizan una interpretación de lo que los elementos del mensaje significan.

Es la capacidad desarrollada para intercambiar información en los seres vivos, antes se consideraba como una capacidad que solo tenían los seres humanos, pero actualmente diferentes estudios demuestran el uso de esta capacidad en otros seres vivos como los animales y las plantas.

Es reconocido también que la materia muerta también comunica ya que lo que se requiere para que la comunicación se dé es que haya intercambio de información. En este sentido, la materia muerta solo comunica en una vía.

La palabra comunicación se deriva de la raíz COMUNICARE, que significa poner en común, es interesante que palabras derivadas como comunidad, también se refieren a la posibilidad de hacer conjunto o poner en común.

Entonces, podemos definir que para que exista comunicación debe darse un determinado intercambio.¹²

La comunicación es el proceso mediante el cual se puede transmitir información de una entidad a otra. Los procesos de comunicación son interacciones mediadas por signos entre

¹¹ DICCIONARIO DEFINICIÓN.DE. Definición de comunicación. [online]., sine facta [cited 15 de agosto 2011]. [sine loco]. Available from internet: [URL: <http://definicion.de/comunicacion/>]

¹² HERRERA CANALES, Fernando. ¿Qué es la comunicación? [online]., 2006 [cited 14 de agosto 2011]. [sine loco]. Available from internet: [URL: <http://www.enplenitud.com/que-es-la-comunicacion.html>]

al menos dos agentes que comparten un mismo repertorio de signos y tienen unas reglas semióticas comunes.

Tradicionalmente, la comunicación se ha definido como "el intercambio de sentimientos, opiniones, o cualquier otro tipo de información mediante el habla, la escritura u otro tipo de señales".¹³ Todas las formas de comunicación requieren un emisor, un mensaje y un receptor destinado, pero el receptor no necesita estar presente ni consciente del intento comunicativo por parte del emisor para que el acto de comunicación se realice. En el proceso comunicativo, la información es incluida por el emisor en un paquete y canalizada hacia el receptor a través del medio. Una vez recibido, el receptor decodifica el mensaje y proporciona una respuesta.

El funcionamiento de las sociedades humanas es posible gracias a la comunicación. Ésta consiste en el intercambio de mensajes entre los individuos.

Desde un punto de vista técnico se entiende por comunicación el hecho que un determinado mensaje originado en el punto A llegue a otro punto determinado B, distante del anterior en el espacio o en el tiempo. La comunicación implica la transmisión de una determinada información. La información como la comunicación supone un proceso; los elementos que aparecen en el mismo son:

Código. El código es un sistema de signos y reglas para combinarlos, que por un lado es arbitrario y por otra parte debe de estar organizado de antemano.

Canal. El proceso de comunicación que emplea ese código precisa de un canal para la transmisión de las señales. El Canal sería el medio físico a través del cual se transmite la información.

2.2.3 Implementación. Es la realización de una aplicación, o la ejecución de un plan, idea, modelo científico, diseño, especificación, estándar, algoritmo o política.

En ciencias de la computación, una implementación es la realización de una especificación técnica o algoritmos como un programa, componente software, u otro sistema de cómputo. Muchas implementaciones son dadas según a una especificación o un estándar.¹⁴

2.2.4 Desarrollo. Se entiende como desarrollo al avance en los niveles de crecimiento económico, social, cultural y político de una sociedad o país. Partamos de la idea de que desde la antigüedad, la humanidad ha tenido avances o ha progresado hacia lo que somos ahora. Este progreso no termina aquí ya que en la actualidad, la humanidad sigue avanzando y lo seguirá haciendo en el futuro; así nace la idea del desarrollo.

¹³ BASTARDAS BOADA, Albert (1995). *Comunicación humana y paradigmas holísticos*. CLAVES de razón práctica, 51, pp. 78-80.

¹⁴ WIKIPEDIA. Implementación. [online]., 2011 [cited 03 de septiembre 2011]. [sine loco]. Available from internet: [URL: <http://es.wikipedia.org/wiki/Implementaci%C3%B3n>]

El concepto de desarrollo también se refiere a los avances y las mejoras que permitan satisfacer de mejor manera las necesidades básicas humanas, como agua potable, vivienda, alimentación y salud; no importa el lugar de residencia de la persona. Por ello, el desarrollo también se entiende como una condición de vida social dentro de un país, en la cual las necesidades auténticas de las personas (colectivas o individuales) se suplen a través del uso de los recursos y sistemas naturales en forma sostenida y racional. La utilización de los recursos debe estar basada en una tecnología que no atente contra los aspectos culturales y los derechos humanos.

Luego de satisfacer las necesidades básicas, el desarrollo también buscará suplir aquellas necesidades que sean importantes para los integrantes de una sociedad determinada; buscará mejorar cada vez más el nivel de vida.

El desarrollo está caracterizado por condiciones que dejan al alcance de todos los grupos sociales, las organizaciones y los servicios de educación, salud, alimentación y vivienda. Además, debe establecerse un respeto por las diferentes culturas y tradiciones. Cada sociedad tiene sus propias prioridades, por lo que cada una de ellas buscará su propia manera de suplir sus necesidades. Tendrá su propio concepto de desarrollo, que buscará según los aspectos culturales, económicos, religiosos, políticos y ambientales que posea. Por lo anterior, hoy en día sólo una quinta parte de los países del mundo son desarrollados; ellos han logrado niveles de crecimiento en todos los aspectos citados anteriormente (culturales, sociales, económicos y políticos) pudiendo satisfacer las necesidades internas del país y dando un nivel amplio de bienestar a su comunidad.

En economía, el desarrollo incluye oportunidades de empleo para la población y los medios para satisfacer sus necesidades. Para lograrlo debe haber una distribución de la riqueza nacional que permita a la población, acceder a los servicios básicos. El desarrollo económico considera la generación de riqueza, es decir, el aumento de la producción de bienes y servicios.

Actualmente, el desarrollo económico está implicado en el concepto de desarrollo sostenible. Éste se da cuando el desarrollo económico se acompaña del social y el ambiental. Es necesario que en el intento de desarrollo, no se pasen a llevar los recursos naturales y culturales. Además, se considera que no puede haber desarrollo si empeoran temas como la pobreza, la desigualdad o el desempleo, aun cuando el ingreso aumente. Comprendemos entonces, que es necesario un equilibrio o equidad en donde el bienestar y la naturaleza son elementos fundamentales.

El desarrollo y el bienestar social están limitados por la tecnología, los recursos naturales y la capacidad del medio ambiente para absorber la actividad humana. Se persigue entonces, la posibilidad de que al avanzar tecnológicamente y socialmente, el medio ambiente se recupere al mismo ritmo que la actividad humana lo afecte.¹⁵

¹⁵ MIS RESPUESTAS.COM. ¿Qué es el desarrollo?. [online]., 2011 [cited 03 de septiembre 2011]. [sine loco]. Available from internet: [URL: <http://www.misrespuestas.com/que-es-el-desarrollo.html>]

Se entiende como desarrollo, la condición de vida de una sociedad en la cual las necesidades auténticas de los grupos y/o individuos se satisfacen mediante la utilización racional, es decir sostenida, de los recursos y los sistemas naturales. Para ello se utilizarían tecnologías que no se encuentran en contradicción con los elementos culturales de los grupos involucrados. Este concepto integra elementos económicos, tecnológicos, de conservación y utilización ecológica, así como lo social y político. La esfera de poder, dentro del contexto social se hace necesaria como forma organizativa y de cohesión legítima, legal y funcional dentro de grupos sociales y como instancia de toma de decisiones entre individuos.

Un sentido con mayor aplicabilidad y concreción en la definición de desarrollo establecería que el mismo está caracterizado por condiciones en las cuales los bienes y servicios se encuentran crecientemente al alcance de los grupos sociales que conforman la sociedad. Esta característica implicaría una mayor integración social y económica dentro de las sociedades, y por ello se disminuiría la existencia de grupos viviendo en condiciones de marginalidad.

Por otra parte el desarrollo establecería una condición de acceso a los servicios sociales y a la participación social activa. En el primero de los casos se hace referencia a los sistemas de educación, y a la satisfacción de las necesidades de sobrevivencia en términos de alimento, vivienda, vestido, salud y seguridad. En el caso de la participación social activa se refiere a la capacidad del individuo y de las instituciones sociales a garantizar que las agrupaciones de poder sean instancias de intermediación entre los sujetos y actores en la toma de decisiones.

De conformidad con los conceptos dados a conocer como fundacionales en términos del desarrollo por la Organización de Naciones Unidas -ONU-, en su Informe Anual de Desarrollo Humano de 1990, se tiene que el desarrollo en general es básicamente un proceso de vida que permite contar con alternativas u opciones de selección para las personas. Las aspiraciones de las personas pueden ser muchas, pero fundamentalmente se refieren a tres: (a) la búsqueda de conocimientos; (b) la posibilidad de tener una vida prolongada y saludable; y (c) tener acceso a los recursos que permitan un aceptable nivel de vida. Es a partir de estas tres finalidades que se derivan muchas otras.

Uno de las principales características de los conceptos de la ONU es la reafirmación que las medidas macroeconómicas centradas en aspectos de producción y su relación con las poblaciones -caso de ingreso per cápita-, tienen limitaciones. Entre estas limitantes se encuentra la evidencia de que el desarrollo si bien es cierto implica la posesión económica hasta cierto nivel, no se reduce sólo al aspecto de riqueza. Se hace énfasis en que el desarrollo humano incluye dos facetas complementarias. Una de ellas es la formación de las capacidades humanas. La otra, que esas capacidades puedan ser ejercidas en las diferentes esferas de la vida: económica, social, cultural o política.¹⁶

¹⁶ ZONA ECONÓMICA. Desarrollo. [online]., 2011 [cited 03 de septiembre 2011]. [sine loco]. Available from internet: [URL: <http://www.zonaeconomica.com/concepto-desarrollo>]

El desarrollo es una condición social, en el que las necesidades auténticas de su población se satisfacen con el uso racional y sostenible de recursos y sistemas naturales. La utilización de los recursos estaría basada en una tecnología que respeta los aspectos culturales y los derechos humanos. Todos los grupos sociales tendrían acceso a las organizaciones y a servicios básicos como educación, vivienda, salud, nutrición y que sus culturas y tradiciones sean respetadas.

En términos económicos implica que para la población hay oportunidades de empleo y satisfacción de al menos las necesidades básicas. Esto indica cierta distribución de la riqueza para lograr el acceso de toda la población a servicios básicos, pero una vez satisfecha esta condición, pueden existir numerosas distribuciones de la riqueza que la satisfagan.¹⁷

Asimismo, vemos que los conceptos de desarrollo suelen incluir cierta ideología correspondiente al paradigma o marco de pensamiento en el que se encuentra ubicado el autor. Por ejemplo, un concepto de desarrollo ligado a la sociedad moderna y al sistema de producción capitalista, contiene la intención de maximización del beneficio y el estímulo para lograr avances tecnológicos. Esto se vio reflejado en el énfasis que se le dio a la acumulación de capital en los conceptos de desarrollo utilizados en las décadas del 1950 y 60.

Luego, en la década de los 70, comienza a tener más importancia el concepto de Desarrollo Sustentable, y así, durante los años 80 y 90 la preocupación por el medio ambiente y la sostenibilidad son objetivos fundamentales del desarrollo. En 1972 en la conferencia de las Naciones Unidas se indicó que un desarrollo justo sería aquel cuyo objetivo básico consistiera en utilizar los recursos naturales para la satisfacción de las necesidades del hombre, asegurando al mismo tiempo la mejora de la calidad de vida de las generaciones actuales y futuras. (Lidia Inés Díaz Gispert)

Amartya Sen tuvo una gran influencia en las actuales definiciones del concepto de desarrollo, fijando el concepto de libertad al concepto de desarrollo. Organizaciones internacionales como la Organización de las Naciones Unidas incorporaron esta idea, viéndose plasmada al menos en sus documentos de trabajo. En su informe anual de desarrollo humano, indican que el desarrollo es básicamente un proceso de vida que permite contar con alternativas u opciones de selección para las personas. Las aspiraciones de las personas se pueden agrupar en tres categorías:

La búsqueda de conocimientos.

La posibilidad de tener una vida prolongada y saludable.

Tener acceso a los recursos que permitan un aceptable nivel de vida.

¹⁷Ibid., □URL: <http://www.zonaeconomica.com/concepto-desarrollo>□

De estas amplias condiciones se derivan muchas otras que son necesarias para satisfacerlas. Por ejemplo, si bien es necesario cierto grado de satisfacción material, se requiere la formación de capacidades humanas y que esas capacidades puedan ser ejercidas en otros ámbitos además del económico, como ser el social, el cultural o el político. Por ejemplo, una dictadura que satisfaga ampliamente las necesidades materiales de los individuos de un país, choca con este concepto de desarrollo ya que no permite contar con alternativas de selección para las personas en los ámbitos políticos, y eventualmente tampoco en el ámbito cultural.¹⁸

Según Rondo Cameron, el concepto de desarrollo económico implica crecimiento económico acompañado por una variación de las estructuras o la organización de la economía.

2.2.5 Información. La información es un conjunto organizado de datos, que constituye un mensaje sobre un cierto fenómeno o ente. La información permite resolver problemas y tomar decisiones, ya que su uso racional es la base del conocimiento.

Por lo tanto, otra perspectiva nos indica que la información es un fenómeno que aporta significado o sentido a las cosas, ya que mediante códigos y conjuntos de datos, forma los modelos de pensamiento humano.

Existen diversas especies que se comunican a través de la transmisión de información para su supervivencia; la diferencia para los seres humanos radica en la capacidad para generar códigos y símbolos con significados complejos, que conforman el lenguaje común para la convivencia en sociedad.

Los datos son percibidos a través de los sentidos y, una vez que se integran, terminan por generar la información necesaria para producir el conocimiento. Se considera que la sabiduría es la capacidad para juzgar de forma correcta cuándo, cómo, dónde y con qué objetivo se emplea el conocimiento adquirido.

Los especialistas afirman que existe una relación indisoluble entre la información, los datos, el conocimiento, el pensamiento y el lenguaje.

A lo largo de la historia, la forma de almacenamiento y acceso a la información ha ido variando. En la Edad Media, el principal acervo se encontraba en las bibliotecas de los monasterios. A partir de la Edad Moderna, gracias al nacimiento de la imprenta, los libros comenzaron a fabricarse en serie y surgieron los periódicos.

¹⁸ ECOLINK.COM. Desarrollo. [online]., 2009 [cited 05 de septiembre 2011]. [sine loco]. Available from internet: [URL: <http://www.econlink.com.ar/concepto-desarrollo>]

Ya en el siglo XX, aparecieron los medios de comunicación masiva (televisión, radio) y las herramientas digitales que derivaron en el desarrollo de Internet.¹⁹

En sentido general, la información es un conjunto organizado de datos procesados, que constituyen un mensaje que cambia el estado de conocimiento del sujeto o sistema que recibe dicho mensaje.

Los datos sensoriales una vez percibidos y procesados constituyen una información que cambia el estado de conocimiento, eso permite a los individuos o sistemas que poseen dicho estado nuevo de conocimiento tomar decisiones pertinentes acordes a dicho conocimiento.

Desde el punto de vista de la ciencia de la computación, la información es un conocimiento explícito extraído por seres vivos o sistemas expertos como resultado de interacción con el entorno o percepciones sensibles del mismo entorno. En principio la información, a diferencia de los datos o las percepciones sensibles, tienen estructura útil que modificará las sucesivas interacciones del ente que posee dicha información con su entorno.²⁰

2.2.6 Participación social. Se entiende por participación social a aquellas iniciativas sociales en las que las personas toman parte consciente en un espacio, posicionándose y sumándose a ciertos grupos para llevar a cabo determinadas causas que dependen para su realización en la práctica, del manejo de estructuras sociales de poder. La participación se entiende hoy como una posibilidad de configuración de nuevos espacios sociales o como la inclusión de actores sociales en los movimientos sociales, en organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, o como la presencia en la esfera pública para reclamar situaciones o demandar cambios.

Dentro de las formas de participación, los protagonistas en América Latina, sobre todo en los años 1980, fueron los movimientos sociales. Sin embargo, en la actualidad, según la perspectiva de Rott que ella expresa como una declaración realista, el tiempo de auge de los movimientos sociales ya finalizó. Una de las causas de este cambio, Rott la observa en el caso del Brasil. En este país, los movimientos fueron absorbidos por un partido que les permitió otros canales de articulación. Muchos dirigentes de los movimientos sociales y ONGs fueron incluidos en el Partido de los Trabajadores (PT). Y cuando los partidos, dice la autora, en el tercer mundo o América Latina, están obligados a autofinanciarse, la tentación de dejarse pagar para obtener posiciones o ganarse ayudas voluntarias, es muy grande. Por lo tanto, los integrantes de los movimientos sociales que son incluidos dentro de los partidos políticos deben dejar en cierta medida muchas de sus causas en la medida en que el partido lo considere.

¹⁹ DICCIONARIO DEFINICIÓNDE. Concepto de información. [online]., sine facta [cited 05 de septiembre 2011]. [sine facta]. Available from internet: [URL: <http://definicion.de/informacion/>]

²⁰ WIKIPEDIA. Información. [online]., sine facta [cited 07 de septiembre 2011]. [Bogotá, Colombia]. Available from internet: [URL: <http://es.wikipedia.org/wiki/Informaci%C3%B3n>]

Un segundo tipo de participación social se da en las organizaciones no gubernamentales (ONGs). Rott las presenta primordialmente dentro de un enfoque económico, pues las organizaciones no gubernamentales están determinadas por un pensamiento competitivo en el concurso por recursos. Por lo tanto, las ONGs no necesariamente actúan en la línea de la resistencia social, sino que por el contrario pueden extender concepciones sociales hegemónicas. La búsqueda de recursos lleva, dice la autora, a un “politicalcorrectness”, en la medida en que los buscadores de recursos se tienen que dejar absorber por las ideologías de quienes proporcionan los recursos.

Otro tipo de participación se ha dado en América Latina con la creación de asociaciones de vecinos. Las mujeres en los barrios, en la mayoría de los casos, se han organizado creando este tipo de asociaciones. En cuanto a la participación de las mujeres, Rott señala algunos momentos, como los grupos creados en alianza con las iglesias durante las dictaduras, o la aparición en la esfera pública de las madres de los desaparecidos y torturados en las dictaduras pidiendo justicia. El caso más impactante fue el de las Madres de la Plaza de Mayo en Buenos Aires.

Rott añade un punto de interés para el caso de la participación femenina en la sociedad patriarcal. Para ella, el hecho de que los militares y dirigentes de las dictaduras permitieran una cierta participación de las mujeres tiene que ver con un rol inculcado por milenios en el que a las mujeres se les permite llorar en público y llevar luto por los muertos. En el caso de las Madres de la Plaza de Mayo, las mujeres hicieron uso de su rol tradicional de madre, exigiendo justicia por la desaparición de sus hijos y la desintegración de sus estructuras familiares. Este pronunciamiento de las mujeres como madres le regresó a la sociedad la dimensión de la importancia para la vida de las personas de las estructuras sentimentales adyacentes a los vínculos familiares.²¹

2.2.7 Medios alternativos. Medio alternativo es un emisor de información independiente que no constituye una agencia de información ni de los medios masivos de comunicación organizados como empresas. Está compuesto por periodistas que trabajan de forma independiente, por comunicadores individuales o de organizaciones sociales, ecologistas, culturales y políticas.

La denominación de medio alternativo de información empezó a usarse a finales del siglo XX y principios del siglo XXI, para referirse a las webs informativas de periodistas independientes que comunicaban de una forma distinta las noticias que se publicaban en los grandes medios masivos de información. El origen de los medios alternativos está íntimamente vinculado al desarrollo de Internet.²²

²¹ Anónimo. Participación Social. [online], sine facta [cited 08 de septiembre 2011]. [sine loco]. Available from internet: [URL: http://www.lai.fu-berlin.de/es/e-learning/projekte/frauen_konzepte/projektseiten/konzeptebereich/rot_partizipacion/contexto.html]

²² WIKIPEDIA. Medio alternativo de información. [online], sine facta [cited 08 de septiembre 2011]. [sine locoa]. Available from internet: [URL: http://es.wikipedia.org/wiki/Medio_alternativo_de_informaci%C3%B3n]

Los medios alternativos promueven la diversidad cultural y son la base de la democracia participativa. Los medios masivos responden claramente a dos intereses complementarios e indivisibles: intereses comerciales e intereses políticos. Los intereses comerciales, basados en la noción de lucro y enriquecimiento el “mercado”, tienen ramificaciones en la cultura y en la sociedad. Los intereses políticos intervienen en las instancias de poder, tanto en la administración del Estado como en el terreno de la ideología que disputa día a día el espacio de la esfera pública. Jesús Galindo observa dos escenarios contrapuestos, la sociedad de información que es dominante, y la sociedad de comunicación que es emergente:

“La sociedad de información tiene una muy baja cultura de comunicación, le interesa más el flujo de datos en ciertas direcciones, que constituir formas sociales de encuentro y diálogo. La razón es simple, una organización con trazos verticales no incluye a los horizontales más que en un orden secundario y subordinado.

Frente a ese escenario está la sociedad de comunicación, abierta y compuesta por ciudadanos libres y participativos, la de individuos críticos y reflexivos.

La democracia es la cualidad central de este tipo social, para su movimiento requiere del diálogo de los iguales, del acuerdo entre los distintos pero tolerantes para alcanzar formas de gobierno que efectivamente sirven a la ciudadanía de manera horizontal. (Galindo, 1998). Los medios alternativos, como los llama Rafael Roncagliolo porque alteran y contestan la verticalidad de los medios hegemónicos, son parte del tercer sector de la información que es el único que garantiza el derecho a la comunicación de los pueblos y de sus culturas.

2.2.8 Comunicación externa. Se define como el conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización hacia sus diferentes públicos externos, encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos, a proyectar una imagen favorable o a promover sus productos y servicios.²³

De ahí que se pueda afirmar que sin una comunicación interna adecuada no puede haber una comunicación externa efectiva, ya que de esta depende el surgimiento de un plan estratégico que permita la puesta en marcha de acciones de comunicación efectivas.

El interés por la comunicación ha dado como consecuencia diversidad de modelos de este proceso, con diferencias en cuanto a descripciones y elementos. Ninguno de ellos puede calificarse de exacto; sino que algunos serán de mayor utilidad en determinado momento para estudios específicos. Además, muchos modelos son complementarios entre sí y esto permite profundizar la labor de análisis y presentación de soluciones donde existan problemas de comunicación en caso concretos.

²³ AGUILERA, JORGE. Comunicación Organizacional. □online□. Citado 09 de Octubre de 2010. Citado en internet en □URL: <http://www.mitecnologico.com/Main/FuncionesComunicacionExterna>
www.bibliografiaencomunicacion.com

La comunicación exterior de una empresa es el conjunto de actividades generadoras de mensajes dirigidos a crear, mantener o mejorar la relación con los diferentes públicos objetivo del negocio, así como a proyectar una imagen favorable de la compañía o promover actividades, productos y servicios.

La comunicación exterior con clientes, intermediarios, proveedores, competencia, medios de comunicación y público en general es tan vital para la organización como la comunicación interna. Entre ellas además debe existir una alta integración.

Aunque la comunicación externa quede vinculada a departamentos tales como relaciones públicas y prensa, marketing, investigación de mercados, comunicación corporativa, etc. todos los miembros de la organización pueden realizar funciones de comunicación externa y de difusión de la propia imagen de la organización. Cuando aumenta el sentimiento de pertenencia, cuando las personas se sienten identificadas con la organización y mejoran las relaciones laborales, transmiten una imagen positiva hacia fuera.

A la vez, la imagen que transmite la organización a la sociedad condicionará la satisfacción de ciertas necesidades de status y prestigio de sus empleados. Cuando la persona trabaja en una empresa sólida, importante, preocupada por los problemas sociales y que transmite una buena imagen social; en cierta medida se siente también realizada en su consideración social, incrementándose asimismo su sentimiento de pertenencia.

Las organizaciones se están comunicando continuamente con los clientes, los proveedores, los propios empleados, los intermediarios, etc. De una organización se suele conocer: lo que ella dice sobre sí misma, sus productos o servicios, su eficacia, su forma de trabajar, la amabilidad de sus vendedores, el edificio en el que está ubicada, etc. Relacionado con estos aspectos está el concepto de imagen de empresa o de organización, entendida como la representación mental formada sobre la organización a partir de la interpretación de la información conocida sobre ésta.

En un principio, se pensó que la imagen de empresa era un “producto” elaborado por la organización y transmitido al público, pero los estudios acerca de la percepción y comunicación humana han mostrado que los individuos no son receptores pasivos sino “creadores” de imágenes, con lo que se ha puesto de manifiesto que la imagen de empresa se genera como resultado de la interpretación que hacemos de la información que se posee sobre la organización. Según esto, la imagen de la organización se forma tanto si esta comunica como si no lo hace, es decir, no sólo influyen los mensajes que envían directamente sino también los que provienen de otras fuentes y que contienen información sobre la organización o sus actividades, o los que hacen referencia a su ámbito de trabajo o sector al que pertenece como, por ejemplo, las informaciones provenientes del entorno empresarial y social de la organización (otras organizaciones de la competencia, etc.) Una de las claves de la credibilidad de la organización y de la fidelidad de sus clientes tanto internos como externos es la coherencia entre los mensajes emitidos hacia el exterior y la comunicación interna. Sin embargo, esto no siempre es reconocido y tenido en cuenta por los responsables de las organizaciones. Según Arsuaga (1994), es necesario que exista

convergencia entre ambos tipos de comunicación pues no se trata sólo de que comunicación interna y externa sean adecuadas por separado, sino que tienen que ser coherentes entre sí y reforzarse mutuamente.

Pero para que exista armonía entre ambas hay que superar diferentes dificultades; por ejemplo, no todas las organizaciones tienen elaborado un proyecto de empresa o una cultura organizacional en la que se valoran los aspectos relacionados con la comunicación, lo que supone un compromiso en cuanto a normas de actuación, y ayuda a clarificar “quiénes somos” y “qué nos proponemos”.

2.3 ENFOQUE LEGAL

Resolución 001049 del 11 de abril de 2013. Por el cual se adopta el manual de Diseño de Cimentaciones Superficiales y Profundas para Carreteras.

En el ejercicio de las facultades legales, especialmente las que le confieren el artículo 6 del decreto 087 de 2011 y el artículo 13, parágrafo 3 de la ley 105 de 1993 y considerando que le corresponde al Ministerio de Transporte fijar las normas técnicas que deban regir cada modo de transporte, de acuerdo con la entidad ejecutora correspondiente.

Es función del Instituto Nacional de Vías propiciar el desarrollo tecnológico de la infraestructura, en especial el mejoramiento de los criterios técnicos de diseño, de las normas y especificaciones de construcción y de ingeniería de materiales que deban emplearse en la ejecución de los proyectos y obras a cargo del Instituto.

Resolución 2566 - 2567 del 16 de julio de 2010. Para el cumplimiento de los fines de contratación, el Instituto Nacional de Vías, entre otros tendrá la dirección general y la responsabilidad de ejercer control y vigilancia de la ejecución contractual, de conformidad con lo establecido en el artículo 14 de la ley 180 de 1993.

El control y vigilancia de la ejecución de las obras se hace a través de interventorías, con lo establecido en el 32 de la ley 180 de 1993.

La Secretaría General Técnica, la Oficina de Prevención y Atención de Emergencias, las Subdirecciones pertenecientes al área técnica y las Direcciones Territoriales, son las dependencias encargadas de dirigir, coordinar y controlar las labores de interventoría en los contratos de obras adjudicados por el Invia, en los modos de transporte carretero, fluvial, férreo, marítimo y demás obras complementarias que estén a cargo del Instituto Nacional de Vías.

Resolución 007106 del 02 de diciembre de 2009. El artículo 8 de la Constitución Política señala que es obligación del Estado y de las personas proteger las riquezas culturales y naturales de la Nación.

El artículo 80 de la Constitución Política señala que le corresponde al Estado planificar el manejo y aprovechamiento de los recursos naturales, para garantizar su desarrollo sostenible, su conservación, restauración o sustitución, de igual se establece que deberá prevenir y controlar los factores de deterioro ambiental.

3. INFORME DE CUMPLIMIENTO DE TRABAJO

Dentro de las actividades realizadas en el Instituto Nacional de Vías (INVIAS) se encuentran:

Creación de la base de medios de Comunicación de Ocaña, la cual es necesaria para difundir la información a toda la comunidad y de esta manera dar a conocer los procesos desarrollados por el INVIAS, la información fue suministrada por todos los medios, en donde se desarrolló trabajo de campo para solicitar la información requerida.

Realización de notas informativas, las cuales son de interés y beneficia a INVIAS ya que por medio de esta información se manifiesta los recursos que son invertidos en las vías de acceso de Norte de Santander para el mejoramiento de la calidad de vida. Para obtener esta información es necesario recurrir a la Ingenieros de las diferentes dependencias y a sus registros fotográficos para lograr la construcción de estas notas.

Alimentar la página web, nota de interés las cuales son enviadas por medio de correo electrónico para las respectivas correcciones y de esta manera mantener nutrida la página web y dar a conocer las obras adelantadas.

Encuesta de medición a nivel interno, y conocer el grado de satisfacción de quienes laboran en la empresa, la encuesta fue aplicada a todo el personal.

Diseño de la Propuesta para la creación de circuito de radio, Crear una radio de transmisión local dentro del Invias de Ocaña que promueva la integración y participación de los diferentes entes pertenecientes por medio de una dinámica de expresión, información y entretenimiento representativo y contextualizado.

Creación de Blog, este blog es de fácil acceso y de gran interés para la comunidad en donde se maneja información sobre temas de interés, y obras que se vienen realizando.

Realización de 2 spot radiales, en donde se manifiesta temas diferentes, como son, la utilización de la línea #767 y lo importante que es la infraestructura vial para el bienestar de la ciudadanía.

3.1. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Base de datos de los medios de comunicación

COMUNICADORES SOCIALES Y PERIODISTAS DE OCAÑA	MEDIO	TELEFONOS	PING
Albeiro Páez	albepez@hotmail.com	3174033888	
Aliro Angarita	Rumba noticias RCN	alantor59@hotmail.com	3112328895 - 0975692853
Álvaro Rosso		tvocana@hotmail.com	3108183767- 0975622088
Carlos Jorge Vega	Semanario la Provincia	carlosjorgevega@hotmail.com	
Cristian Santiago Durán	TV san Jorge	crisus10@hotmail.com	3107525424
Diofante Castilla García	Radio sonar de Caracol	diofanteccasgar14@hotmail.com	3186931765 - 0975610035
Emisora Ejército Nacional	Batallón Santander	emisoraocana@yahoo.es	3157110160 - 0975625222
Geovanny Torres	TV San Jorge	geovannytorre@gmail.com	3163393708 -0975611272 Ext.112
Geovanny Mejía Cantor	Semanario Ocaña Siete Días	gmcprensa@hotmail.com ghacari@hotmail.com	3164375158 - 0975612952
Jaime Ripoll Carvajal	Radio Sonar de Caracol	jaime.prensa@hotmail.com	3167087986 - 3118054660 0975610035
Jairo Angarita	Ciudadocana.com	jairoangarita@ciudadocana.com	3134109459
Janice Guerrero	TV San Jorge	janiceguerrero@hotmail.com	3163333724 - 0975611272 Ext.112
Javier Sarabia Ascanio	TV San Jorge Y Diario la Opinión	javersarabia2000@yahoo.com	3163069134 – 0975610339
Julio Sarabia	Sabrosa Estéreo	juliosarabia2009@hotmail.com	3163327437 - 0975691282
Mario Alfonso Echávez	Radio Catatumbo	marioalfonsoe@hotmail.com	3123507572 0975610118 - 5610119
Raúl Fernando Arias	Areaocana.com	laufm95.2@hotmail.com	3162672713 - 0975612952
Nelson Vargas Ortégón	INGEPEC Noticias y Sabrosa estereo	nvortegon@hotmail.com	3178092680 – 3186313212- 0975610118- 5610119
Raúl Rolando Castro	TV San Jorge y Radio Catatumbo	raulrolando9@yahoo.com	3158150725 – 0975611272 Ext.112
Baudin Almanyá Gandur	Rumba Noticias	baudinalmanyagandur@gmail.com	3168852086 – 975622853
Jorge Ernesto Ojeda	Radio sonar de Caracol	jorgernestojeda@hotmail.com	3005574085- 0975691282
Agustín Macgregor	Sabrosa Estéreo		3124357655 – 975691282
Omar Alonso Páez	Radio sonar de Caracol	paezomar2@hotmail.com	3177884263- 3204867068- 5611129
Ramón Fernando Mendoza	Informador del Oriente		3153940703
Alirio peñaranda Sánchez	Informador del Oriente		3153239695
Marcela Quintero	Directora de Noticias UFM	marcelacomunicadorasocial@gmail.com	3108056201
Audrey carrillo	Radio sonar de Caracol	audreycarrilloAlvarez@gmail.com	3183623209
Alexis Franco		francovision@hotmail.com	3112752850
David Oswaldo Sanchez	Radio Catatumbo		3188666854

Fuente. Pasante dl proyecto

Notas Informativas:



BOLETÍN DE PRENSA

Ocaña, 13 de Mayo de 2013

Avanza satisfactoriamente obra en el puente Santa Inés en el Departamento del Cesar.

El Instituto Nacional de Vías mediante contrato No.120 de 2012 avanza satisfactoriamente la construcción del puente vehicular, en la carretera que conduce de Aguas Claras a Ocaña, ya que en la actualidad se encuentra ubicada en una curva tipo espiral circular, lo cual podría ocasionar un sin número de accidentes. Las dimensiones del puente, serán de una longitud de 25 metros y ancho de vía de 12.10 metros y con un Galibo aproximado de 2,5 metros en la mayor creciente y 4 metros en tiempo de sequía. La cimentación será por medio de pilotes en concreto, con una longitud promedio de 15 metros y un diámetro de 12 cms los cuales no se encuentran ubicados dentro del cauce del Río.

La obra cuenta con un presupuesto de \$ 1.074.576.492 millones de pesos con un plazo de 3 meses para la elaboración la cual busca el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de estos Municipios ya que su economía gira alrededor del sector agropecuario, la agroindustria y el comercio, mejorando de manera considerable la transitabilidad por esta zona de gran impacto social.



BOLETÍN DE PRENSA

INVIAS y Gobernación del Norte de Santander firman convenio para mejoramiento y mantenimiento de las vías La Playa, Ocaña y San Calixto.

Ocaña, 19 de Abril de 2013.

La Gobernación de Norte de Santander y el Instituto Nacional de Vías INVIAS firmaron convenio Interadministrativo No. 1761 por valor de \$ 1.562.400.000 con el propósito de reactivar la parte comercial de Norte de Santander.

Para la Playa hay destinados \$ 446.400.000, Ocaña \$ 669.600.000 y San Calixto \$ 446.400.000 recursos que serán invertidos en el mejoramiento la transitabilidad y la recuperación de puntos inestables como 2 Placa Huella y 17 Alcantarillas. Impulsando de esta manera los sectores productivos para usar estas carreteras en un mejor estado y abaratar los fletes en los camiones de carga reactivando la parte comercial en el departamento.

El Departamento llevará a cabo procesos de selección por licitación pública o selección abreviada de conformidad con el presupuesto otorgado al Ente Territorial, cumpliendo con lo dispuesto en la Ley 80 de 1993, Ley 1150 de 2007 y Decreto Reglamentario 734 de 2012.

INVIAS le apuesta al desarrollo Vial del Norte de Santander y está dispuesto a trabajar con rendimiento y calidad para facilitar el tránsito por estas vías.



Parcheos en la vía La Ondina – Llano Grande – Convención.



Ocaña, 18 de Mayo de 2013

Con el fin de evitar deterioros en las vías y mantener la visibilidad, seguridad y transitabilidad adecuada se viene adelantando parcheos en la vía Ondina- Llano Grande- Convención para mantener niveles óptimos de servicio.

El proceso de deterioro de las vías está determinado por el índice de tráfico y otros factores como la pluviometría, el terreno y la capacidad estructural de la capa asfáltica. Ya que si no se realiza oportunamente dicha intervención, conduce a un deterioro acelerado de la vía que afecta su estructura.

Por lo anterior y teniendo en cuenta que se requiere garantizar el mantenimiento rutinario de algunas vías a cargo del Instituto Nacional de Vías, se adelanta el programa de Mantenimiento rutinario con el fin de contribuir, mantener y aplicar el significado ya mencionado, preservando el patrimonio de la Nación, durante periodos continuos, evitando el deterioro prematuro de las estructuras viales, ofreciendo una atención oportuna, con tiempos de respuesta casi inmediatos.



Avanza satisfactoriamente obra en la vía Aguaclara -Ocaña- Sardinata- Astilleros- Cúcuta ruta 70.

Ocaña, 13 de Mayo de 2013

El Instituto Nacional de Vías mediante contrato No. 2219 de 2011 busca la rehabilitación y mantenimiento de la vías Aguaclara-Ocaña- Sardinata- Astilleros- Cúcuta con un presupuesto de \$ 10.761.133.240 millones de pesos, ya que la vía se encuentra en avanzado estado de deterioro buscando adecuar la vía a un nivel de servicio que satisfaga el tránsito actual y futuro.

Se vienen adelantando obras importantes para mejorar los puntos críticos, ajuste geométrico de curvas en obra, rectificación de algunos tramos en obra, construcción de viaductos en el

sitio denominado la curva sitio crítico de elevada complejidad, realizando aforos vehiculares en las estaciones Rio de Oro, La Ondina, Los seguros, y Acolsure.

Constituye un corredor prioritario de conexión entre la región y el resto del país hacia los puertos de la costa atlántica y zonas de la frontera y se convierte en una vía de gran importancia para la economía regional y nacional.



INVIAS
INSTITUTO NACIONAL DE VIAS

BOLETÍN DE PRENSA

\$ 714.300.000 millones de pesos para mantenimiento y mejoramiento de Vías Terciarias

Ocaña, 19 de Abril de 2013.

Con el objetivo de recuperar, mejorar y mantener las vías terciarias dentro del marco del “PROGRAMA DE CAMINOS PARA LA PROSPERIDAD” que lidera el Ministerio de Transporte en Coordinación con el Instituto Nacional de Vías, y que mediante convenio administrativo No.2490 de 2012, entre el Instituto Nacional de vías INVIAS y el Municipio de Ocaña serán invertidos \$ 714.300.000 millones de pesos en la que dentro de las principales metas físicas se encuentra Carpeta Asfáltica, Cuneta en Concreto 24 cm, 2 Mejoramiento con Adición de Material, Batea, Batería Alcantarilla36”, y 3 Alcantarilla en la vía Aguas Claras, Cristo Rey, La Canaleja, Ramal Aguas Claras, y Santa Rita, el cual dentro de alcance se espera mejorar considerablemente la transitabilidad en esta sector.

Las obras se ejecutaran aproximadamente en el mes Junio, el cual será supervisada por la Dirección Territorial de INVIAS Ocaña y deberán cumplir las Especificaciones Generales para Construcción de Carreteras de Instituto Nacional de Vías de 1996.

Esta ejecución de obra es de gran importancia para el desarrollo del Municipio ya que la vía es utilizada en mayor parte por el transporte de alimentos mejorando la calidad de vida y logrando desarrollo económico para la región.

Notas para la página web:

Figura 1. Paso restringido a un carril en la vía Ocaña- Cúcuta.

The screenshot shows the INVIAS website interface. At the top, there is a navigation bar with the INVIAS logo and the slogan 'PROSPERIDAD PARA TODOS'. The date and time are 'Domingo, 05 Mayo 2013 16:54'. Below the navigation bar, there is a search bar and a calendar for May 2013. The main content area features a news article titled 'Paso restringido a un carril en la vía Ocaña-Cúcuta', published on Thursday, May 2, 2013. The article includes a photograph of workers and text explaining that a landslide in the sector of La Vijagua has restricted traffic to a single lane. It mentions that INVIAS is working on stabilizing the road with concrete walls and that the full removal of the landslide will allow for two lanes in the near future.

Fuente. Paante del proyecto

Figura 2. INVIAS restringe el paso para algunos vehiculos en la via Ocana – sardinata.

The screenshot shows the INVIAS website interface. At the top, there is a navigation bar with the INVIAS logo and the slogan 'PROSPERIDAD PARA TODOS'. The date and time are 'Sábado, 18 Mayo 2013 10:01'. Below the navigation bar, there is a search bar and a calendar for May 2013. The main content area features a news article titled 'INVIAS restringe el paso para algunos vehiculos en la via Ocaña – sardinata', published on Thursday, May 16, 2013. The article lists two categories of vehicles that are restricted: 1. Vehicles with overhanging or oversized cargo with a gross weight greater than 52 tons and a width greater than 3.60 meters, effective until July 31, 2013. 2. Vehicles with more than 4 axles, effective from May 20 to June 3, 2013. The article also mentions that this restriction is part of the work to build a bridge in the sector of La Vijagua and that users should use the alternate route of Ocaña-Bucaramanga-Cúcuta.

Fuente. Paante del proyecto

Figura 3. Se cumplió cierre de licitación para mantenimiento y rehabilitación en Norte de Santander.

The screenshot shows the INVIAS website interface. At the top, there is a navigation menu with options like 'INICIO', 'INVIAS', 'EL DIRECTOR', 'ATENCIÓN AL CIUDADANO', 'SEGUIMIENTO A LA INVERSIÓN', 'CONTRATACIÓN', and 'SALA DE PRENSA'. The main content area features a news article with the following details:

- Titulo:** Se cumplió cierre de licitación para mantenimiento y rehabilitación en Norte de Santander
- Publicado el:** Martes, 10 Septiembre 2013 16:56
- Visto:** 122
- Contenido:**

En el auditorio principal del Instituto Nacional de Vías, se cumplió el cierre para la recepción de propuestas dentro del proceso LP-SGT-SRN-033-2013.

Esta licitación corresponde al mejoramiento y mantenimiento de la carretera Sardinata-Cucuta, sector Sardinata el Zulla entre el PR18+500 al PR57+600 en el departamento de Norte de Santander.

Para este proceso se presentaron 29 proponentes, destinándose por parte de la entidad un presupuesto oficial de \$42.075.917.688.

La importancia de esta vía radica en que por ella transita gran parte de la producción del carbón desde Norte de Santander hacia los puertos del Atlántico y Magdalena, además contribuye con el fortalecimiento del intercambio de productos con la República de Venezuela.

Fuente. Paante del proyecto

Figura 4. Obras por más de \$ 32.000 millones adelanta INVIAS en Norte de Santander.

The screenshot shows the INVIAS website interface with a news article titled 'Obras por más de \$32.000 millones adelanta INVIAS en Norte de Santander'. The article details include:

- Titulo:** Obras por más de \$32.000 millones adelanta INVIAS en Norte de Santander
- Publicado el:** Viernes, 06 Septiembre 2013 12:32
- Visto:** 241
- Contenido:**

El Gobierno Nacional, a través del Instituto Nacional de Vías adelanta obras de infraestructura en el departamento de Norte de Santander, por un valor superior a los \$32.000 millones, en las carreteras Presidente - Pamplona y Cuestaboba - Pamplona.

En caso de la primera vía, ésta corresponde a uno de los tramos que comunican a la capital de Norte de Santander con Bogotá. Allí la entidad realiza obras de rehabilitación de 15 kilómetros de vía, se ejecutan trabajos de fresado del pavimento, reparcho, estabilización, pavimentación y señalización, así como la atención de 4 sitios críticos.

En el segundo tramo vial el cual comunica a Cúcuta con Bucaramanga, se adelantan labores de rehabilitación en 4 kilómetros, reparcho, y señalización en general, también se atendieron 12 puntos críticos. Estas labores incluyen el paso nacional por Pamplona.

Los municipios que se verán beneficiados son Pamplona, Chitagá, Cacota en norte de Santander y Cerritos, Concepción y Málaga en Santander ya que los habitantes de estos municipios podrán comercializar más fácil productos que se cultivan es esta región como el durazno, papa, fresa, cebolla larga, zanahoria y mora.

Fuente. Paante del proyecto

Figura 5. Se llevó a cabo cierre de selección abreviada para obras de emergencia en Norte de Santander.

The screenshot shows the INVIAS website interface. At the top, there are logos for INVIAS (Instituto Nacional de Vías) and 'PROSPERIDAD PARA TODOS'. The date is 'Martes, 17 Septiembre 2013 11:00'. A navigation menu includes 'INICIO', 'INVIAS', 'EL DIRECTOR', 'ATENCIÓN AL CIUDADANO', 'SEGUIMIENTO A LA INVERSIÓN', 'CONTRATACIÓN', and 'SALA DE PRENSA'. A search bar is present with the text 'Buscar'. Below the navigation, there's a 'Noticias por Meses' calendar for September 2013. The main content area features a 'Busqueda Avanzada' section with search filters. The highlighted news article is titled 'Se llevó a cabo cierre de selección abreviada para obras de emergencia en Norte de Santander', published on August 30, 2013. The article text states: 'En el Instituto Nacional de Vías se cumplió el cierre para selección abreviada menor cuantía correspondiente al proceso SA-MC-SGT-OPA-017-2013 cuyo objeto es la atención de emergencias sitios críticos sector PRr82+0000 al PR87+0000 carretera La Lejía Saravena, departamento de Norte de Santander. Para este proceso presentaron manifestación de interés 68 proponentes, seleccionando 10 en el respectivo sorteo de los cuales 7 presentaron propuesta. Las actividades a realizar tienen que ver con la protección al talud inferior afectado por el Río Negro, para lo cual el INVIAS dispuso de un presupuesto oficial de \$589.300.569.'

Fuente. Paante del proyecto

Figura 6. Puente patillales beneficia a zona de frontera en Norte de SANTANDER.

The screenshot shows the INVIAS website interface. At the top, there are logos for INVIAS (Instituto Nacional de Vías) and 'PROSPERIDAD PARA TODOS'. The date is 'Martes, 17 Septiembre 2013 11:02'. A navigation menu includes 'INICIO', 'INVIAS', 'EL DIRECTOR', 'ATENCIÓN AL CIUDADANO', 'SEGUIMIENTO A LA INVERSIÓN', 'CONTRATACIÓN', and 'SALA DE PRENSA'. A search bar is present with the text 'Buscar'. Below the navigation, there's a 'Noticias por Meses' calendar for September 2013. The main content area features a 'Busqueda Avanzada' section with search filters. The highlighted news article is titled 'Puente Patillales beneficia a zona de frontera en Norte de Santander', published on August 29, 2013. The article includes a photo of a road and text: 'Los habitantes de Cúcuta, Puerto Santander, en Norte de Santander y Puerto Grita, en la frontera con Venezuela, han sido los primeros beneficiados con la construcción del Puente Patillales, no solo porque a través de la vía que comunica a Cúcuta con el estado Táchira (Venezuela), se transporta el carbón que sale de Norte de Santander hacia la vecina República Bolivariana, sino porque su construcción previene una posible emergencia sanitaria en el área metropolitana de la capital norte santandereana. El nuevo puente ubicado en el PR7+0050, fue posible gracias a una inversión de \$1.652 millones, recursos Colombia Humanitaria, que permitieron demoler el puente antiguo, por donde pasaba una vía férrea en desuso. En la actualidad se ejecutan además las obras de acceso al mismo. Paralelamente, la Oficina de Atención y Prevención de Emergencias del INVIAS ha atendido puntos críticos en la zona a lo largo de 53 kilómetros de vía, con obras de reparacheo, canalización de agua, muros de contención, protección de taludes y disipadores, entre otros, en los que se invierten \$4.121 millones, recursos de Colombia Humanitaria. Con estos trabajos se mejoran las condiciones de seguridad de la vía y se garantiza una mejor transitabilidad en la región.'

Fuente. Paante del proyecto

Figura 7. INVIAS adjudicó interventorías para Quebrada Blanca, Ocaña y Sardinata.

Martes, 17 Septiembre 2013 11:20

INVIAS INSTITUTO NACIONAL DE VIAS **PROSPERIDAD PARA TODOS**

A A A f t mapa del sitio Buscar

INICIO INVIAS EL DIRECTOR ATENCIÓN AL CIUDADANO SEGUIMIENTO A LA INVERSIÓN CONTRATACIÓN SALA DE PRENSA

20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 1 2 3 4 5 6

2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 1 2 3 4 5 6

Buscar por Tipo Buscar todo

INVIAS adjudicó interventorías para Quebrada Blanca y Ocaña Sardinata

Publicado el Viernes, 19 Julio 2013 19:16 Visto: 371

El Instituto Nacional de Vías adjudicó la interventoría para la construcción de obras para la adecuación de los accesos al nuevo puente Quebrada Blanca en la carretera Bogotá – Villavicencio.

El proceso CMA-SGT-SRN-036-2013 al que se presentaron 17 proponentes fue adjudicado a Magda Puentes Prieto con una oferta de \$179.871.456.

Igualmente se adjudicó el concurso CMA-SGT-SRN-042-2013, correspondiente a la interventoría para la rehabilitación y conservación del puente las mercedes en la carretera Ocaña – Sardinata Norte de Santander.

A este proceso se presentaron 5 proponentes, resultando como ganador el proponente Victor Guillermo Rodríguez Ramírez, con una propuesta de \$199.114.858

En el marco de las audiencias se registro una masiva participación por parte de quienes accedieron al concurso, destacándose la transparencia para su adjudicación

Acerca del Instituto Nacional de Vías

INVIAS Contribuye al desarrollo vial de Colombia y a la satisfacción de sus clientes y usuarios, manteniendo la infraestructura vial, contratando la ejecución de los programas y proyectos viales definidos por el Gobierno Nacional con eficiencia y calidad, mediante el mejoramiento continuo de sus procesos y contando para ello con un talento humano competente. Para mayor información, sírvase visitar: www.invias.gov.co

Viajero Seguro
Consultar Permisos Carga
Red Vial Nacional
Peajes
Pago de Recaudo Portuario en Línea
Contáctenos
Correo Institucional
Participación Ciudadana

Fuente. Paante del proyecto

Figura 8. INVIAS adjudicó obras de emergencia en Norte de Santander.

Miércoles, 18 Septiembre 2013 11:24

INVIAS INSTITUTO NACIONAL DE VIAS **PROSPERIDAD PARA TODOS**

A A A f t mapa del sitio Buscar

INICIO INVIAS EL DIRECTOR ATENCIÓN AL CIUDADANO SEGUIMIENTO A LA INVERSIÓN CONTRATACIÓN SALA DE PRENSA

Noticias por Meses

Noviembre, 2012
Julio, 2008

Mo Tu We Th Fr Sa Su
26 27 28 29 30 31 1
2 3 4 5 6 7 8
9 10 11 12 13 14 15
16 17 18 19 20 21 22
23 24 25 26 27 28 29
30 1 2 3 4 5 6

Inicio » SALA DE PRENSA » Noticias » Inviás adjudicó obras de emergencia en Norte de Santander

Busqueda Avanzada

Buscar

Buscar por Categoría Buscar todo

Buscar por Tipo Buscar todo

Inviás adjudicó obras de emergencia en Norte de Santander

Publicado el Martes, 17 Septiembre 2013 18:35 Visto: 46

En el Instituto Nacional de Vías se cumplió la audiencia pública para selección abreviada menor cuantía correspondiente al proceso SA-MC-SGT-OPA-017-2013 cuyo objeto es la atención de emergencias sitios críticos sector PRr82+0000 al PR87+0000 carretera La Lejía Saravena, departamento de Norte de Santander.

Para este proceso presentaron manifestación de interés 68 proponentes, seleccionando 10 en el respectivo sorteo de los cuales 7 presentaron propuesta, resultado como ganador Juan Camilo Silva Rodríguez con una propuesta de \$ 568.379.782

Las actividades a realizar tienen que ver con la protección al talud inferior afectado por el Río Negro.

Viajero Seguro
Consultar Permisos Carga
Red Vial Nacional
Peajes

Fuente. Paante del proyecto

Encuesta.

Encuesta

Con el objetivo de conocer algunos criterios relacionados con su satisfacción laboral, necesitamos que usted nos colabore con esta encuesta respecto a los temas abordados. Su participación es voluntaria y anónima; nos será de mucha utilidad. Gracias.

1: ¿Conoce la Misión y Visión del Instituto Nacional de Vías (INVIAS)?

SI____ **NO**____

2: ¿Conoce la estructura organizacional de INVIAS?

SI____ **NO**____

3: ¿Su ambiente laboral es el adecuado para desarrollar bien su trabajo?

SI____ **NO**____

4: ¿Reconocen su trabajo?

NUNCA ____ **CASI NUNCA**____ **A VECES**____ **SIEMPRE**____

5: ¿El grupo de trabajo se mantiene unido para alcanzar la meta?

SI____ **NO**____

6: ¿Las condiciones de desarrollo personal y profesional (Capacitación, desarrollo y oportunidades de ascenso), le satisfacen?

SI____ **NO**____

7: ¿El ambiente de trabajo le ofrece seguridad?, las áreas están debidamente protegidas?

SI____ **NO**____

8: ¿Usted se siente comprometido con la empresa?

NO____ **A VECES**____ **SIEMPRE**____

9: ¿Si usted tiene problemas en su trabajo ¿hay alguna persona, aparte de su jefe, con quien pueda hablar?

SI____ **NO**____

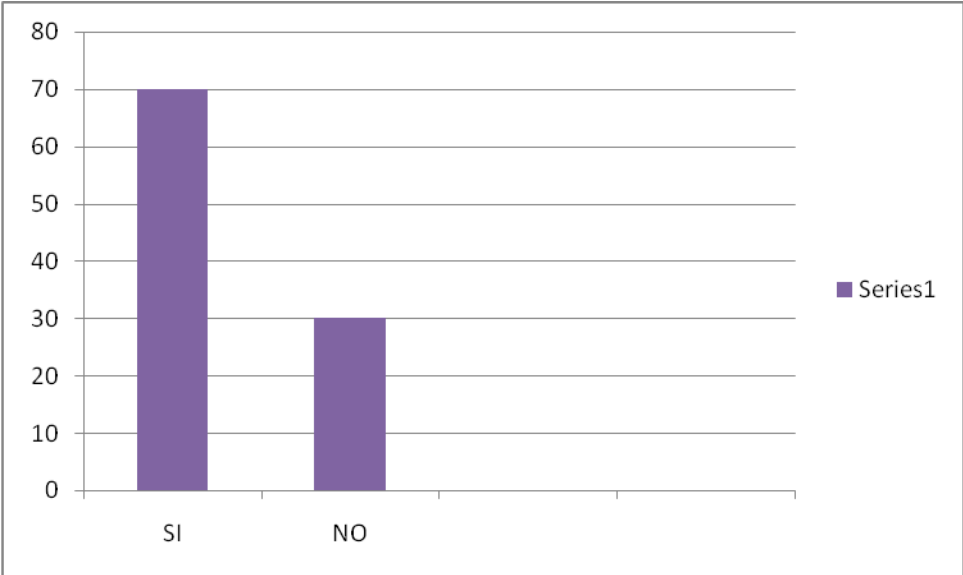
10: ¿Tiene alguna recomendación sobre cómo mejorar la relación entre empresa y empleados?

SI____ **NO**____

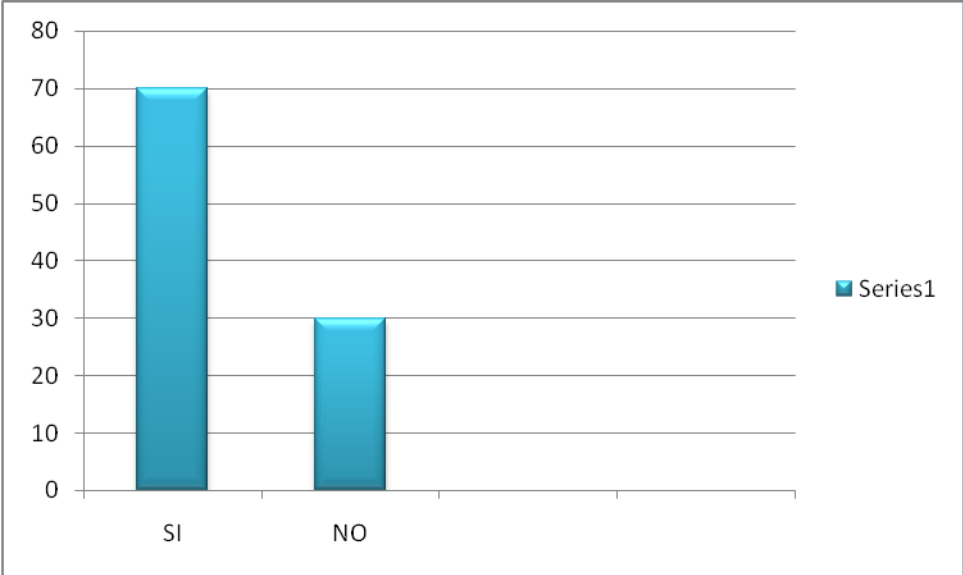
¿CUAL?

Tabulación Encuesta

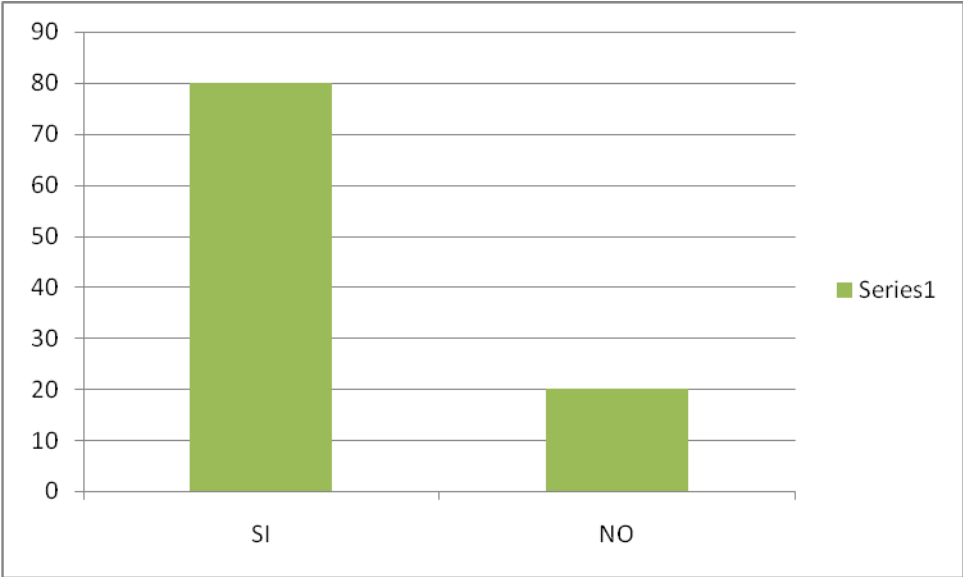
¿Conoce la Misión y Visión del Instituto Nacional de Vías (INVIAS)?



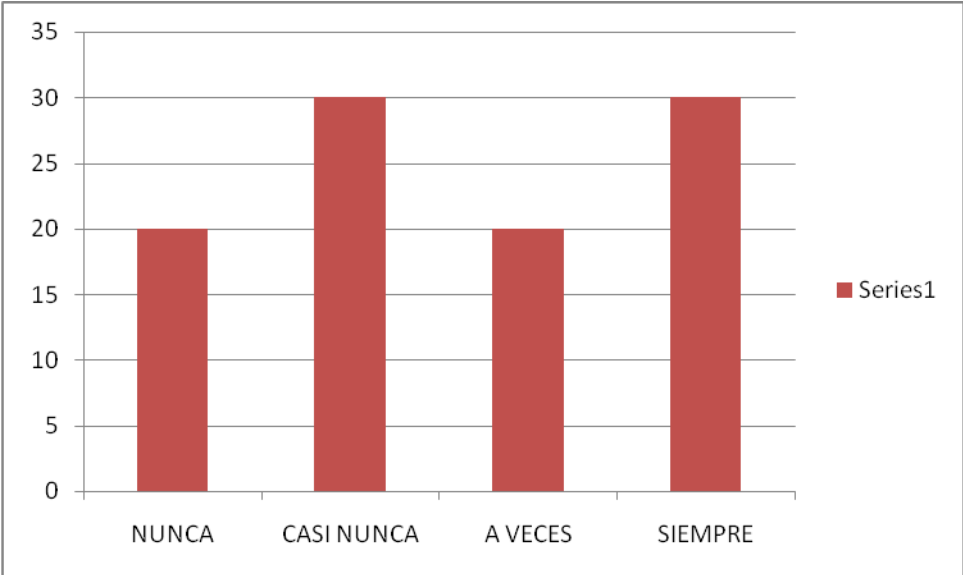
¿Conoce la estructura organizacional de INVIAS?



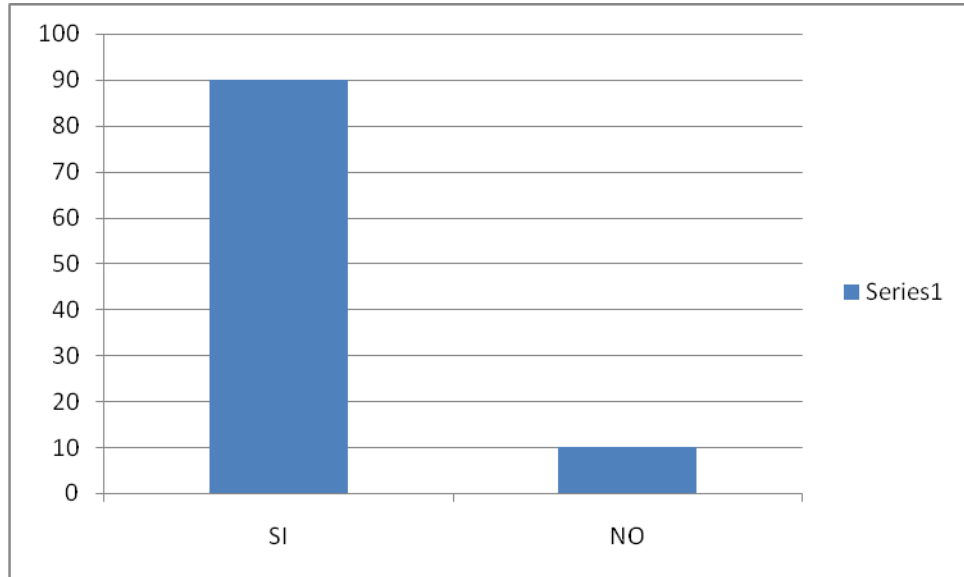
¿Su ambiente laboral es el adecuado para desarrollar bien su trabajo?



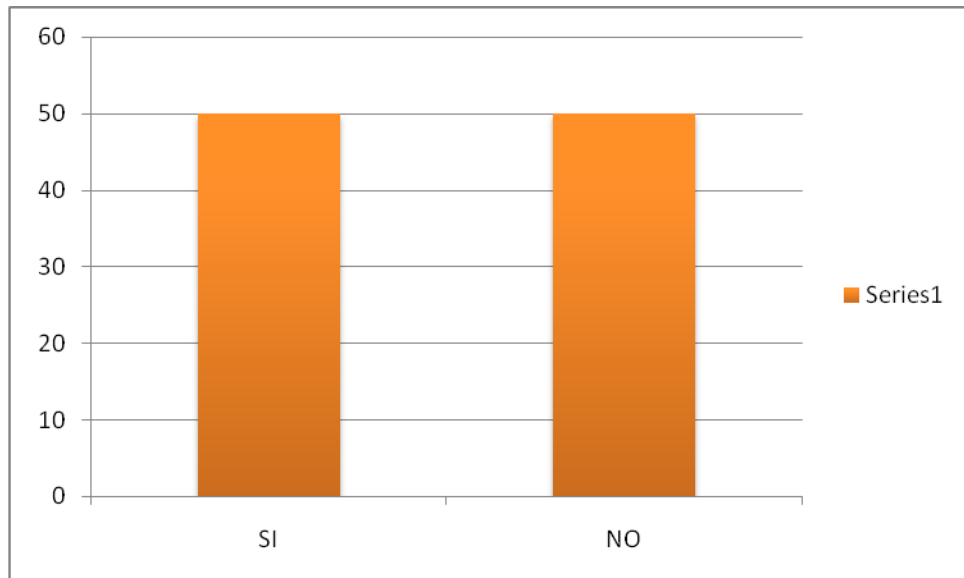
¿Reconocen su trabajo?



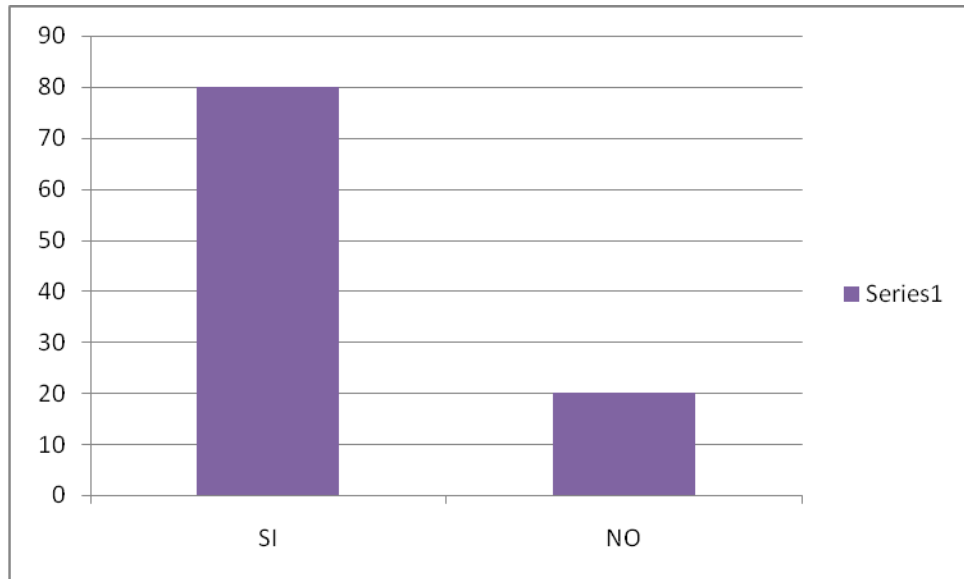
¿El grupo de trabajo se mantiene unido para alcanzar la meta?



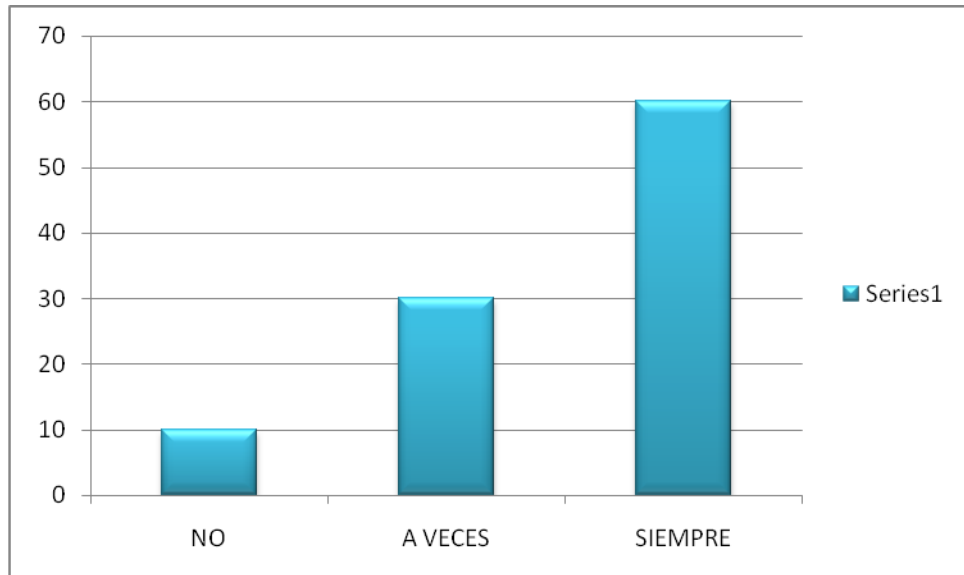
¿Las condiciones de desarrollo personal y profesional (Capacitación, desarrollo y oportunidades de ascenso), le satisfacen?



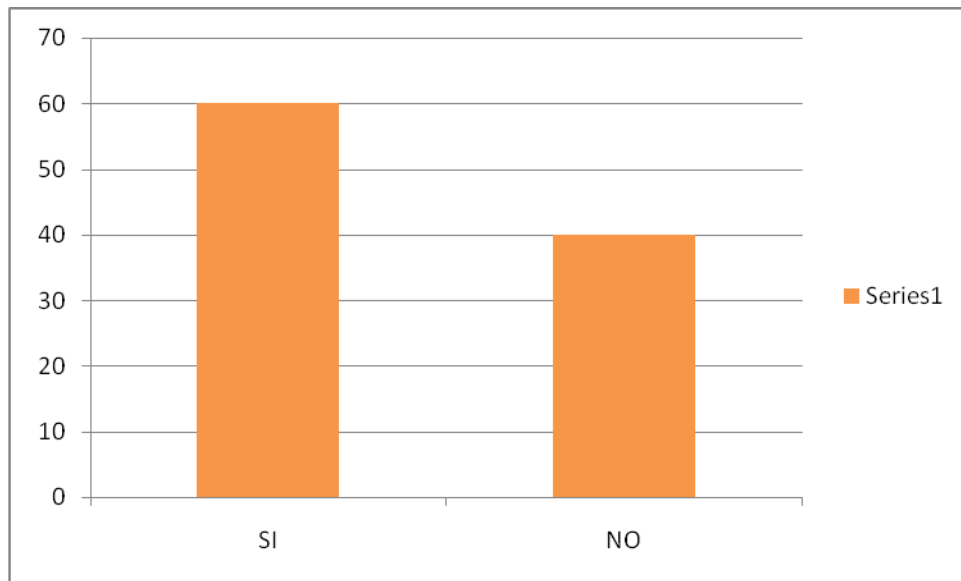
¿El ambiente de trabajo le ofrece seguridad?, ¿las áreas están debidamente protegidas?



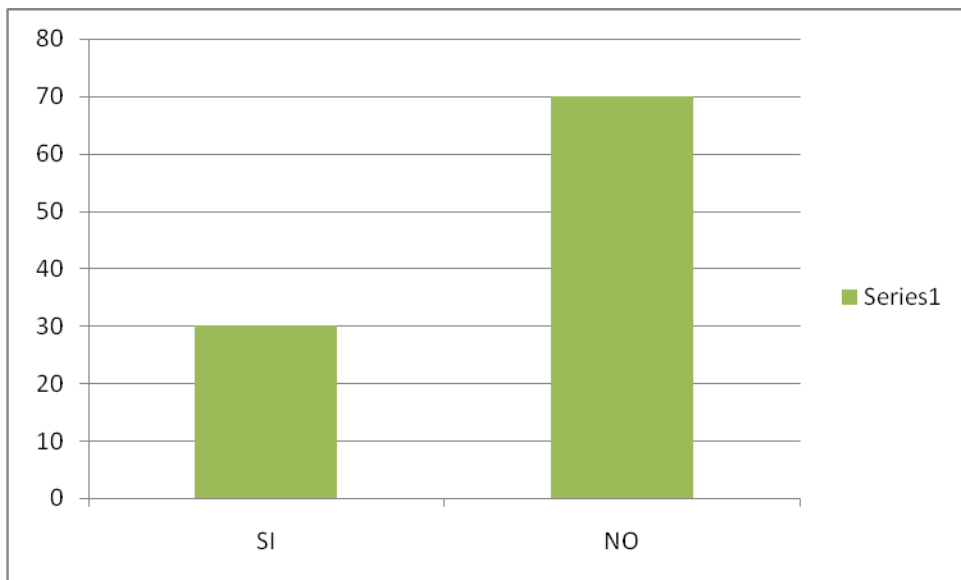
¿Usted se siente comprometido con la empresa?



¿Si usted tiene problemas en su trabajo ¿hay alguna persona, aparte de su jefe, con quien pueda hablar?



¿Tiene alguna recomendación sobre cómo mejorar la relación entre empresa y empleados?



Después de haber realizado de forma exitosa las encuestas a los funcionarios que laboran en el Instituto Nacional del Vías territorial Ocaña se puede concluir de manera acertada que un 70% conoce los fines estratégicos de la empresa en donde se establece la misión y visión de la organización y que en igual cantidad de porcentaje conoce la estructura organizacional. Además, en cuanto a trabajo unificado y en conjunto, los empleados en un 90% tienden a mantenerse unidos para conseguir metas, objetivos y fines del instituto. En cuanto a las

condiciones de desarrollo personal y profesional un 50% manifestó sentirse satisfecho y un 80% en contraste con un 20% restante declaró sentirse seguro y protegido en sus labores cotidianas en el instituto. Un 60% aseguró manifestarse comprometido con la empresa y su causa laboral, un 30% y un 10% afirmó comprometerse a veces y nunca con la empresa, respectivamente. En términos generales, por los datos que arrojó la encuesta, fue positiva en gran manera los resultados que se esperaban. Por lo tanto, no fue necesaria la aplicación de una estrategia que pudiese contrarrestar las posibles falencias que se hubiesen podido presentar.

**DISEÑO PARA LA CREACIÓN DE UN CIRCUITO RADIAL CERRADO EN EL
INSTITUTO NACIONAL DE VÍAS OCAÑA**

MARCIA LUCIA GÓMEZ SUAREZ
Pasante Comunicación social

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES
COMUNICACIÓN SOCIAL
OCAÑA
2013

DISEÑO PARA LA CREACIÓN DE UN CIRCUITO RADIAL CERRADO EN EL
INSTITUTO NACIONAL DE VÍAS OCAÑA

PROBLEMA

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

OBJETIVOS

General

Específicos

JUSTIFICACIÓN

DELIMITACIONES

Espacial

Temporal

Conceptual

Operativa

Administración del proyecto

Recursos humanos

Recursos institucionales

Presupuesto

DISEÑO PARA LA CREACIÓN DE UN CIRCUITO RADIAL CERRADO EN EL INSTITUTO NACIONAL DE VÍAS OCAÑA

PROBLEMA

Los empleados del Instituto Nacional de Vías, Invias territorial Ocaña, carecen de un medio comunicacional interno para la difusión y transmisión de información institucional y entretenimiento.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Esta propuesta está enfocada en el diseño para la creación del circuito radial para los funcionarios del Invias con el fin de mejorar la capacidad de transmitir hábilmente opiniones, intenciones y posturas. En síntesis, mejorar la asertividad dentro de la institución y por ende, la comunicación interna y, a su vez, motivar todo el personal administrativo y directivo.

La poca planeación y planificación en la integración de actividades lúdicas y recreativas del personal de Invias Ocaña es otra de las razones por la cual se hace muy apropiada la creación del circuito interno radial en la organización.

El fin es integrar a los diferentes estamentos del instituto en actividades laborales y no laborales por medio de una radio de circuito cerrado manejando una dinámica de expresión, información y entretenimiento representativo y contextualizado.

Por otro lado el manejo de los mensajes informativos y musicales así como la intensidad del volumen dentro de los espacios públicos o comunes colaborarán a que sea un ambiente adecuado en el contexto.

Además, con la adjudicación y respectiva transmisión del circuito de radio en el instituto se llevaría a cabo un ordenamiento protocolario empresarial en cuanto actividades y comportamientos en la empresa o institución partiendo desde normas de actuación o conductas hasta eventos de total relevancia e importancia para el instituto.

Este también sería un medio de comunicación apropiado para verificar el impacto de la retroalimentación al igual para mantener un ambiente ameno, libre de ruidos y de barreras en la transmisión, mejorando en la inmediatez y la calidad de la información.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Qué tanto impacto tendría la creación de un circuito cerrado radial en las instalaciones del Instituto Nacional de Invias de Ocaña para el mejoramiento de las relaciones internas y laborales del personal directivo y administrativo?

OBJETIVOS

General. Crear una radio de transmisión local dentro del Invias de Ocaña que promueva la integración y participación de los diferentes entes pertenecientes por medio de una dinámica de expresión, información y entretenimiento representativo y contextualizado.

Específicos. Dar a conocer un balance general de la infraestructura necesaria para que se lleve a cabo la propuesta de manera coordinada y sistemática.

Ejecutar una programación variada, equilibrada y amena en sus segmentos, que satisfaga expectativas y necesidades de los empleados respecto a las vías de información y entretenimiento.

Contar con los recursos humanos, técnicos, tecnológicos y económicos requeridos para la posterior consecución de los objetivos planteados.

JUSTIFICACIÓN

Algunas grandes empresas u organizaciones utilizan circuitos cerrados para mantener informada a toda la plantilla sobre las diversas actividades de la organización. Asimismo, suele utilizarse para anunciar nuevas políticas, planes de entrenamiento, reuniones virtuales sin necesidad de desplazamiento del personal o divulgación de una Junta General de Accionistas en tiempo real.

Los circuitos cerrados de radio en las empresas, instituciones u organizaciones han tenido un gran auge durante la última década motivando y alentando en las labores de los empleados y empleadores.

Con el diseño y la respectiva creación del circuito radial se pretende además crear laxos laborales en donde se tenga en cuenta la crítica constructiva como medio o forma para alivianar cargas o problemas interpersonales y laborales.

Con esta propuesta se busca innovar y generar nuevas oportunidades a futuros pasantes y practicantes de Comunicación Social para que desarrollen y demuestren sus destrezas en este medio interno de comunicación.

Para concluir, esta propuesta pretende además formar con una visión más incluyente y propia de sus funciones al personal perteneciente de Invias Ocaña para afianzar su vinculación con el fortalecimiento institucional y sostenibilidad.

Se puede emitir música funcional, mensajes sociales y de actualización diaria, o mensajes de rápida llegada durante la jornada laboral.

DELIMITACIONES

Espacial. Este proyecto está enmarcado a desarrollarse en las instalaciones del Instituto Nacional de Vías del municipio de Ocaña, Norte de Santander.

Temporal. Para el desarrollo del proyecto se necesita planear y planificar actividades con los directivos de Invias territorial Ocaña con el fin de lograr el desarrollo eficiente y eficaz del proyecto en su totalidad. Por consiguiente se estipulo un tiempo de dos meses y dos semanas (10 semanas).

Conceptual. En lo conceptual se hace necesario determinar los siguientes términos: Circuito cerrado, comunicación interna, asertividad, radio, desarrollo, estrategia comunicativa, relaciones públicas, comunicación organizacional, empresa, retroalimentación, tecnología, medios masivos, medios alternativos de comunicación, estudios de costos, Sentido de pertenencia, diagnostico (situacional).

Operativa. En la planeación y ejecución del proyecto se prevén obstáculos durante el proceso de desarrollo como: Recursos económicos, humanos, técnicos.

ADMINISTRACIÓN DEL PROYECTO

RECURSOS HUMANOS

La persona encargada y responsable de la propuesta comunicativa para la creación de un medio interno radial en el Instituto Nacional de Vías de Ocaña es la estudiante de décimo semestre de Comunicación Social de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, Marcia lucia Gómez, bajo la dirección del comunicador social Eduardo Sánchez, jefe de relaciones internacionales de la Ufpso y Elías Jaimes, Director territorial del Invias- Ocaña.

RECURSOS INSTITUCIONALES

Las instituciones que harán parte de la investigación son: La universidad Francisco de Paula Santander seccional Ocaña y el Instituto Nacional de Vías de Ocaña.

PRESUPUESTO

El equipo necesario para el funcionamiento de la creación del circuito cerrado de radio es el siguiente:

MixerPeavey Pv6 Usb De 6 Canales

Fabricante: Peavey
Modelo: LPBMX6
Costo: \$ 386.900 mil



2 Micrófonos dinámicos cardiodes para locución
Fabricante: Shure
Modelo: SM7B
Costo: \$ 56.400 c/u (total \$ 112.800 mil)



2 Bases de escritorio para stands de micrófono

Fabricante: OC White

Modelo: 11427B

Costo: \$ 24.900 c/u (total \$ 49.800 mil)



2 pares de Audífonos

Fabricante: Sennheiser

Modelo: H202

Costo: US\$ 90.000 c/u (total \$ 180.000 mil)



1 Tornamesa para CD

Fabricante: Tascam

Modelo: CD160
Costo: \$ 480.000 mil



5 pares de bocinas

Fabricante: JBL

Modelo: Control 1

Costo: \$ 112.000 el par (total \$ 560.000 mil)

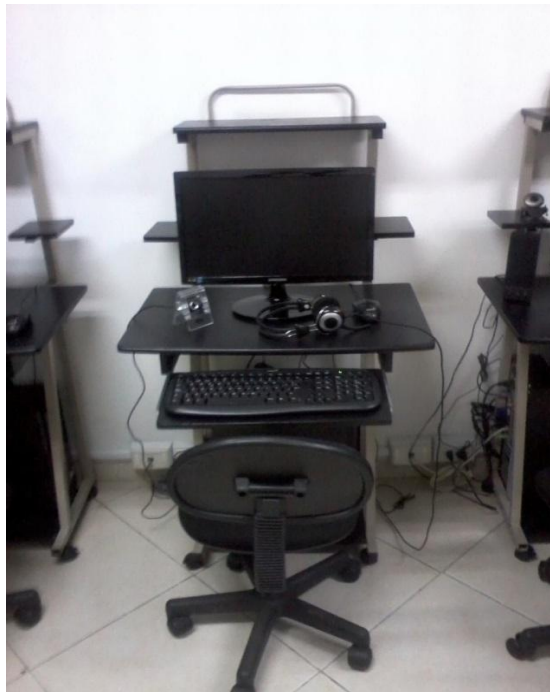
El producto incluye los accesorios necesarios para su montaje en diversas superficies.



Cable Para Bocinas
Fabricante: Monster Cable
Modelo: Clear Jacket Speaker Cable
Costo \$ 75.000 mil

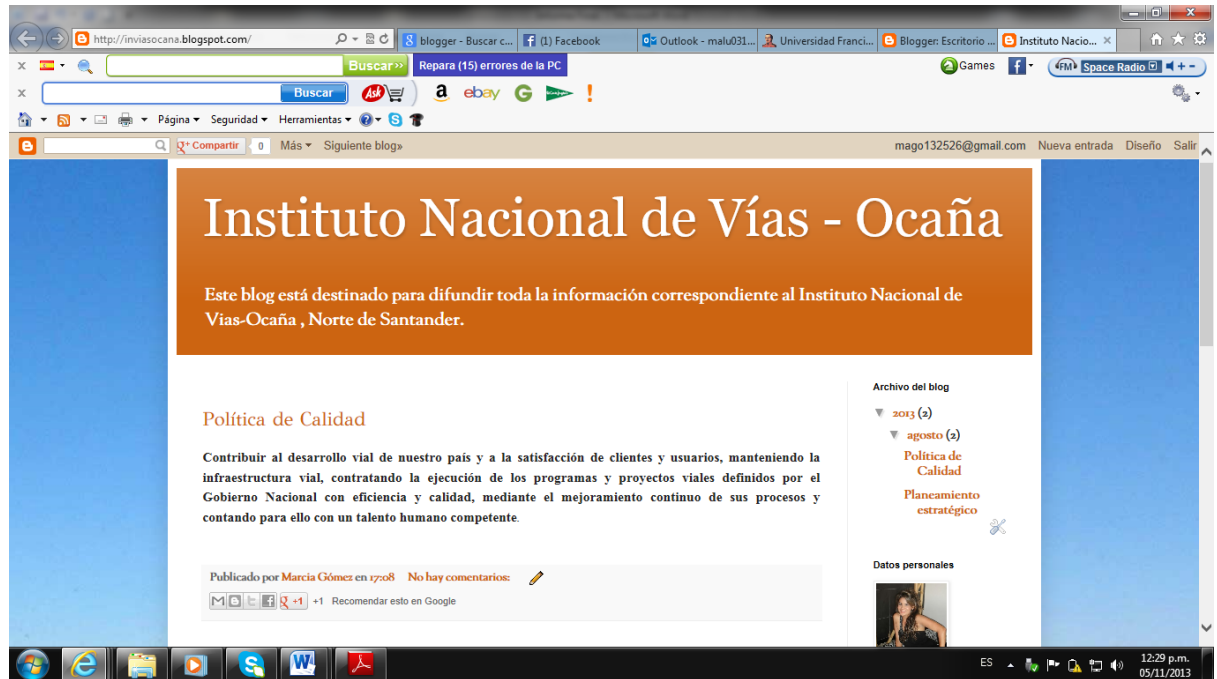


1 computador + mesa + silla
Fabricante:
Costo: \$ 650.000 mil



Total: \$2.494.500 mil

Blog: inviasocana.blogspot.com



Características del Blog

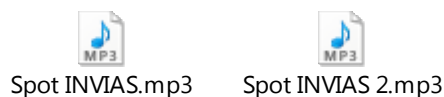
Nombre del blog: Instituto Nacional de Vías –Ocaña.

Tipo y tamaño de fuente: Para el título del blog como para los contenidos, excepto los títulos de los boletines de prensa en los cuales se manejó la fuente Verdana, se utilizó el tipo de fuente Times New Roman gracias a su flexibilidad y legibilidad. El tamaño de la fuente varío dependiendo de los contenidos, es decir, para los títulos se utilizó una fuente extragrande y para la demás información se manejó un tamaño de fuente grande. Ambos tamaños ya establecidos en las opciones del blog.

Las imágenes publicadas en el blog fueron en formato Jpeg y Png. El tamaño de estas se configuraron dependiendo de lo que se quería transmitir con cada una de estas.

También se hizo posible la publicación, en el blog, de dos videos institucionales del sitio oficial de Invias en el portal de videos youtube. Al igual que la divulgación de dos spots radiales por medio de hipervínculos relacionados a un portal de recepción de audio. (soundcloud.com)

2 spot radiales, (adjunto audio)



4. DIAGNÓSTICO FINAL

El Instituto Nacional de Vías fortalece iniciativas de asociatividad, capacitación, emprendimiento, capacitan el talento humano la cual permite una alternativa en el mejoramiento del clima laboral. La responsabilidad de generar un clima laboral favorable está en manos de los líderes, quienes en su rol deben promover una buena relación entre compañeros de trabajo, o sea la coexistencia de los sub-climas que conforman una organización.

Dentro de las metas propuestas de Comunicaciones, se encuentra la creación de nuevos procesos de interacción como lo son los medios masivos de comunicación institucionales que ayuden a nutrir la información que llega a las personas no sólo del municipio, sino también de Colombia y el mundo. Por este motivo se iniciaron los trabajos para la creación de un blog institucional denominado inviasocana@blogspot.com, el cual permita escuchar y atender inquietudes de todas las personas interesadas en el tema.

El desarrollo de las actividades asignadas por el Instituto Nacional de Vías Territorial Ocaña permitió poner en práctica los conocimientos adquiridos durante la carrera desarrollando las actividades que le competen al Comunicador Social organizacional en redacción, difusión, transmisión, orientación, persuasión de la información, verificar la veracidad de la información suministrada a los medios de comunicación institucionales y medios masivos comunitarios y locales (televisión y radio) de la ciudad de Ocaña, además de tener la oportunidad de aprender la experiencia laboral en el campo comunicativo y organizacional que se contó con la disposición, la voluntad y el tiempo de compartir y transmitir de manera práctica el conocimiento previamente adquirido; también es de gran importancia mencionar que el tiempo de pasantía implicó adaptarse e interactuar con el cercano mundo laboral, y tomar experiencia profesional para responder a situaciones que habitualmente se presentan mediante la participación de soluciones e ideas en busca que condesciendan mejorar la práctica del área de comunicaciones del Instituto Nacional de Vías.

5. CONCLUSIONES

El trabajo de grado modalidad pasantía, titulado “**IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE MEDIOS Y COMUNICACIÓN INTERNA EN EL INSTITUTO NACIONAL DE VIAS, INVIAS**” permitió conocer las relaciones internas del Instituto, actuando desde el área de comunicaciones para la información en las actividades a realizar mejorando las relaciones publicas externas e internas.

Las directivas delInvias Ocaña consideraron que el aporte que se pretendía en Comunicaciones seria productivo para el personal que labora en el instituto y la comunidad, por tal motivo dio autonomía a esta área para iniciar procesos comunicativos más avanzados como la creación de un blog institucional y la creación de un circuito cerrado de radio que permitan mantener una interacción constante con las personas que laboran en la organización.

También se cumple con la entrega de información oportuna, veraz y confiable, entre otras actividades descritas en el presente trabajo, el cual beneficio considerablemente al Instituto Nacional de Vías; además mediante el desarrollo del trabajo de pasantía se logró cumplir satisfactoriamente con los requisitos exigidos por la Universidad Francisco de Paula Santander, seccional Ocaña.

El trabajo realizado dentro de esta área fue muy útil y satisfactorio puesto que se logró cumplir con los objetivos propuestos en el inicio de periodo de pasantía poniendo en práctica los conocimientos adquiridos durante la carrera de comunicación Social en el énfasis de Comunicación Organizacional, desempeñando un trabajo eficiente que beneficio a la institución en cumplimiento de sus deberes de emitir información veraz y oportuna a todos los medios de comunicación de Ocaña, Norte de Santander.

6. RECOMENDACIONES

Es útil y necesario poner en marcha la propuesta del circuito cerrado de radio ya que la tecnología avanza a pasos agigantados y es necesario estar a la vanguardia, además facilita la divulgación de la información con el fin de mejorar la capacidad de transmitir hábilmente opiniones, intenciones y posturas. En síntesis, mejorar la asertividad dentro de la institución y por ende, la comunicación interna y, a su vez, motivar todo el personal administrativo y directivo.

Mantener nutrido el blog con información de fácil lectura para los visitantes de la web en donde se encuentre todo tipo de información del Invias.

El Instituto Nacional de Vías carece de convenios en los diferentes medios de comunicación dificultando la propagación de notas, spot e información de interés para la comunidad.

Mantener herramientas que permitan tener un conocimiento del clima organizacional.

BIBLIOGRAFIA

Estatutos Comunidad Convivencial Ocaña Vive. p.12

Fernando Ramos Fernández, Identidad y cultura corporativa de las instituciones en la Comunicación institucional. p.26

Javier Vásquez Aguilar, Comunicación organizacional. p.12

Norberto Chaves, La imagen corporativa: teoría y metodología de la identificación institucional. p.35

Paul Capriotti, La conducta corporativa como instrumento básico de la formación de la imagen corporativa. p. 41

Rafael Alberto Pérez González. Estrategias de Comunicación. p.68

Texto tomado del documento institucional elaborado por la Oficina de Planeación y el Departamento de Desarrollo Académico de la Fundación Universitaria del Área Andina (2005). p. 5 9

JEREMIAH, Ryan. La Comunicación Humana. Universidad Católica Andrés Bello. Caracas, Venezuela

REFERENCIAS DOCUMENTALES ELECTRÓNICAS

AGUILERA, JORGE. Comunicación Organizacional. online. Citado 09 de Octubre de 2010. Citado en internet en :<http://www.mitecnologico.com/Main/FuncionesComunicacionExterna>

Anónimo. Participación Social. online., sine factacited 08 de septiembre 2011. sine loco. Available from internet: URL: <http://www.lai.fu-berlin.de/es/e->

CLUBENSAYOS. ¿Qué es estrategia? online., 2011 cited 13 de agosto 2011. sine loco. Available from internet: URL: <http://clubensayos.com/Espa%C3%B1ol/La-Comunicaci%C3%B3n/100738.html>

DICCIONARIO DEFINICIÓN.DE. Definición de comunicación. online., sine factacited 15 de agosto 2011. sine loco. Availablefrom internet: URL: <http://definicion.de/comunicacion/>

DICCIONARIO DEFINICIÓNDE. Concepto de información. online., sine factacited 05 de septiembre 2011. sinefacta. Availablefrom internet: URL: <http://definicion.de/informacion/>

ECOLINK.COM. Desarrollo. online., 2009 cited 05 de septiembre 2011. sine loco. Available from internet: URL: <http://www.econlink.com.ar/concepto-desarrollo>

HERRERA CANALES, Fernando. ¿Qué es la comunicación? online., 2006 cited 14 de agosto 2011sine loco. Available from internet: URL: <http://www.enplenitud.com/que-es-la-comunicacion.html>

MIS RESPUESTAS.COM. ¿Qué es el desarrollo?online., 2011 cited 03 de septiembre 2011. sine loco. Available from internet: URL: <http://www.misrespuestas.com/que-es-el-desarrollo.html>

MORENO, Claudia. Proyecto Institucional (PEI): un instrumento para alcanzar acuerdos. online., 2003 cited 10 de agosto 2011 Ciudad de México, México. Available from internet: URL: <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/ger/estrategia.html>

UNIVERSIDAD NACIONAL DE BOGOTÁ. ¿Qué es estrategia? online., sine factacited 10 de agosto 2011. Bogotá, Colombia. Availablefrom internet: URL: <http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/economicas/2008551/lecciones/cap1-4-2.html>

WIKIPEDIA. Implementación. online., 2011 cited 03 de septiembre 2011. sine loco. Available from internet: URL: <http://es.wikipedia.org/wiki/Implementaci%C3%B3n>

WIKIPEDIA. Información. online., sine factacited 07 de septiembre 2011. Bogotá, Colombia. Available from internet: URL: <http://es.wikipedia.org/wiki/Informaci%C3%B3n>

WIKIPEDIA. Medio alternativo de información. online., sine factacited 08 de septiembre 2011. sinelocoa. Available from internet: URL: http://es.wikipedia.org/wiki/Medio_alternativo_de_informaci%C3%B3n

ZONA ECONÓMICA. Desarrollo. online., 2011 cited 03 de septiembre 2011. sine loco. Available from internet: URL: <http://www.zonaeconomica.com/concepto-desarrollo>