

**Plan de comunicaciones interno para el área de Ambientes Virtuales de Aprendizaje  
(AVA) de la institución CESDE**

**Trabajo de práctica para optar por el título de Comunicador Periodista**

**César Augusto Molina Cano**

**Asesor**

**Diego Sánchez Sánchez**

**Comunicador social, Periodista. Especialista en mercadeo.**

**Corporación Universitaria Lasallista  
Facultad de Ciencias Sociales y Educación  
Comunicación y Periodismo  
Caldas – Antioquia**

**2015**

## Contenido

Resumen .....	5
Introducción .....	6
Descripción de la organización .....	7
Reseña histórica .....	8
Misión .....	9
Visión .....	9
Objetivos .....	12
Objetivo general .....	12
Objetivos específicos .....	12
Justificación .....	13
Impacto científico y tecnológico .....	13
Marco teórico .....	16
Plan de comunicaciones interno .....	22
Pasos para desarrollar el Plan de Comunicaciones .....	24
Cronograma de plan de comunicaciones interno para el área de Ambientes Virtuales de Aprendizaje .....	25
Campaña de expectativa para lanzamiento del proyecto Unidades Básicas de Aprendizaje .....	26
Objetivo general .....	26
Segmentación de Públicos .....	26
Análisis DOFA para el área de Ambientes Virtuales de Aprendizaje .....	27
Debilidades: .....	27
Oportunidades: .....	27
Fortalezas .....	27
Amenazas .....	28
Estrategias y tácticas .....	29
Aplicación de estrategias y tácticas .....	32
Creación de Imagen .....	32
Personaje: UBALDO .....	35
¿Quién es Ubaldo? .....	37
Lanzamiento de campaña .....	39
Recomendaciones .....	42
Referencias .....	43

### Lista de ilustraciones

Ilustración 1 Volante virtual, campaña de expectativa.....	32
Ilustración 2 Volante virtual, campaña de expectativa.....	32
Ilustración 3 Volante virtual, Campaña de exceptiva.....	33
Ilustración 4 Creación del personaje Ubaldo, faceta 1 .....	35
Ilustración 5 Ubaldo faceta 2 .....	36
Ilustración 6 Ubaldo faceta 3 .....	36
Ilustración 7 Lanzamiento del proyecto .....	39
Ilustración 8 Lanzamiento del proyecto UBA.....	40

### Lista de tablas

Tabla 1 Organigrama AVA.....	10
Tabla 2 Baby Boomers .....	26
Tabla 3 Generación X.....	26
Tabla 5 Generación Y.....	26
Tabla 4 Total .....	26
Tabla 6 Participación de los colaboradores .....	38

## Resumen

El proceso profesional de aplicación de conocimientos por medio de la práctica profesional permitió en esta oportunidad abarcar un número de objetivos y metas propuestas que hicieron para satisfacción personal un conjunto de virtudes y capacidades que permitieron llevar a cabalidad cada punto propuesto desde el inicio hasta el final.

En compañía de un equipo profesional de diseñadores, productores y de la mano de Gestión Humana de CESDE, logré perfeccionar y afianzar conocimientos en nuevos términos y procedimientos que complementaron mi práctica profesional. Las líneas de formación propuestas desde el inicio de la práctica hasta el final, direccionaron un proyecto interno cargado de expectativa y bien acogido por los colaboradores quienes eran nuestro objetivo principal.

A continuación conocerán el proceso que durante 6 meses forjé y realicé con el mayor empeño.

**Palabras clave:** Educación, Comunicación Virtual, Diseño, Creatividad.

## Introducción

Las prácticas profesionales con un reto de conocimiento donde se comprende la importancia de permanecer sumergido en el mundo académico desde el inicio de la carrera y donde se comprende la verdadera importancia de resaltar el trabajo y el esfuerzo por llevar a cabalidad cada meta propuesta.

La institución CESDE está dividida por áreas que sopesan la calidad y proyección de la entidad desde su conocimiento y trabajo. Como encargada de la educación superior, ha puesto su esfuerzo por tener cada semestre practicantes de diferentes universidades en algunas áreas para que sirvan de apoyo en los procesos.

El área AVA, Ambientes Virtuales de Aprendizaje, demanda mucha proyección en el mercado como área que apoya la educación virtual dentro y fuera de la institución, por lo tanto requiere de personal capacitado para apoyar los procesos. En este semestre requirieron el apoyo de un practicante que abriera el puesto de comunicador y diseñador instruccional, que tuviera las facultades para desempeñar diversas tareas, con buena redacción y buenas relaciones públicas.

Responder de manera pertinente a este requerimiento exige trabajo y dedicación al involucrar todo el conocimiento adquirido durante años de estudio. Es de vital importancia además comprender que la educación virtual ha tomado fuerza durante los últimos años, además porque la tecnología nos consume gran parte de nuestro tiempo, facilita la comunicación y entrega nuevos patrones que sirven para la actualidad.

## **Descripción de la organización**

**CESDE** es una Institución de Educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano, aprobado por la Secretaría de Educación Municipal. Se encuentra ubicado en la ciudad de Medellín, capital del Departamento de Antioquia, República de Colombia.

Actualmente, la Institución cuenta con cerca de 10.000 estudiantes distribuidos en 27 programas de formación técnica.

Para posibilitar y contribuir a la proyección profesional de sus egresados, CESDE ha establecido convenios con instituciones de educación superior, entre las cuales se encuentran: Fundación Universitaria Autónoma de las Américas, CEIPA, UNICIENCIA, Institución Universitaria Salazar y Herrera, Academia Superior de Artes, Institución Universitaria Colegio Mayor de Antioquia, Universidad de Envigado y el Politécnico Gran colombiano. De esta forma, los egresados cuentan con la posibilidad de continuar su proceso de formación tecnológico o universitario.

Además se ofrecen 7 programas técnicos en la modalidad totalmente virtual. Tiene como propósito ofrecer a la comunidad y al sector empresarial una amplia oferta de servicios educativos, con énfasis en las nuevas tecnologías y necesidades del entorno.

## **Reseña histórica**

El 15 de julio de 1972, CESDE fue fundada como una Institución de Educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano.

En sus inicios ofreció el programa de validación del bachillerato y progresivamente la Institución comenzó a ofrecer Formación Técnica a la comunidad antioqueña en las áreas de Administración, Comunicación Visual e Informática.

Con estos programas bandera, CESDE se consolidó como una de las mejores instituciones de educación para el trabajo y el desarrollo humano en la ciudad de Medellín y se convirtió en una verdadera alternativa para la capacitación. De hecho, llegó a ocupar en 1984 el primer puesto a nivel nacional entre instituciones de educación no formal, según estadísticas y resultados del ICFES.

Finalizando 2006, con el propósito de ofrecer formación en escenarios múltiples, se crea la coordinación de Ambientes Virtuales de Aprendizaje, la cual se introduce dentro del Proceso Docente Educativo a manera de metodología para implementar el trabajo independiente y la semipresencialidad en algunos submódulos.

En enero de 2007, y para responder a las necesidades de formación del sector turístico de la ciudad de Medellín, se creó el programa Técnico en Gestión Hotelera. Así mismo, se creó el programa de Técnico en Mesa y Bar, ambos entraron en funcionamiento el primer periodo de 2008.

A partir del año 2009 se estructuraron los programas y se dio inicio al funcionamiento de éstos: Técnico como Asistente en Administración de Empresas, Técnico en Sistemas, Técnico en Redes de Datos y Telecomunicaciones, Técnico en Desarrollo de Software y Técnico en Diseño

Gráfico Digital, bajo la modalidad virtual. De esa forma, es así como CESDE se constituye como una de las instituciones pioneras en la oferta de programas de Educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano aplicando la virtualidad.

### **Misión**

Transformamos vidas a través de servicios educativos, con base en altos estándares de calidad y tecnologías de punta.

- **Transformamos vidas:** generando oportunidades para el mejoramiento de la calidad y el nivel de vida de los estudiantes, empleados, egresados, accionistas, sus familias y el sector empresarial.
- **Servicios educativos:** ofreciendo programas pertinentes que propendan por la formación de seres humanos integrales.
- El modelo pedagógico y empresarial establecido por la institución para superar las expectativas de los clientes.
- **Tecnologías de punta:** incorporando permanentemente las últimas tendencias en las tecnologías de la información y la comunicación.

### **Visión**

En **2015** seremos la primera opción de educación privada para el trabajo y el desarrollo humano en Colombia, por el impacto de nuestros egresados en el medio empresarial.

## Descripción del área AVA (Ambientes Virtuales de Aprendizaje)

Tabla 1 Organigrama AVA



Seis Programas Técnicos Virtuales.

- Asistente en Administración de Empresas
- Mercadeo
- Gestión del Talento Humano

- Sistemas
- Desarrollo de Software
- Diseño gráfico Digital

Pensando en tus necesidades, CESDE desarrolló una avanzada plataforma virtual para que estudies a tu ritmo, donde quiera que estés:

- Programas técnicos con contenidos actualizados, dinámicos e interactivos creados por la Institución para facilitar el aprendizaje del estudiante.
- Acompañamiento permanente de los docentes a estudiantes con una retroalimentación y comunicación constante.
- Acceso a las tecnologías de comunicación interactiva cómo: correo electrónico, foro, chat, simulaciones, videojuegos y video conferencias.

## **Objetivos**

### **Objetivo general**

Diseñar un Plan de Comunicaciones Interno para e-Learning para dar a conocer un nuevo proyecto denominado Unidades Básicas de Aprendizaje (UBA), para el enriquecimiento del aprendizaje a los colaboradores, docentes, administrativos y servicios generales de las diferentes áreas de la institución CESDE.

### **Objetivos específicos**

- Identificar los diferentes públicos a los que va dirigido el proyecto Unidades Básicas de Aprendizaje (UBA) en CESDE.
- Promover la cultura virtual dentro de la institución con el fin de crear nuevos estilos educativos y de enseñanza.
- Generar posicionamiento del tema ambientes virtuales y educación virtual dentro de los colaboradores CESDE.

## **Justificación**

### **Impacto científico y tecnológico**

Durante la carrera se han evidenciado diversos temas con los cuales nos enfrentamos en el día a día. Cuando uno se expone a trabajar en una organización, debe ser consciente de que las cosas aprendidas en la academia deben ser aplicadas y tratadas con el cuidado que requieren. En esta práctica profesional en el área de Ambientes Virtuales del CESDE institución Técnica y Tecnológica es un reto aprender nuevos conceptos al igual que aplicar los aprendidos durante la época de estudio.

Al crear el Plan de Comunicaciones Interno voy a recurrir a la academia para aplicar los conceptos que se aprendieron durante el tiempo de estudio en cursos como Comunicación Organizacional I y II y Periodismo Corporativo, entre otros, y a profundizar en otros, tales como el tema de e-learning y el Diseño Instruccional, en los que la creatividad, la buena ortografía, el manejo de una buena redacción, la coordinación y el trabajo en equipo hacen que el producto final sea del total agrado para todos los públicos a los que va dirigido.

La tecnología en esta área es parte fundamental ya que representa el eje central de su razón de ser. Cada trabajo elaborado desde el área es un reto tecnológico que se representa en la innovación y en el desarrollo de procesos virtuales que entienden la necesidad de los estudiantes y de las empresas para las cuales se trabaja. Es una búsqueda constante por implementar nuevos conceptos y formas de los cuáles se aprende y se obtienen enseñanzas que hacen crecer el área de una manera constante y rápida.

En este proceso de enseñanza – aprendizaje es necesario aplicar cada una de las herramientas señaladas en el aula, crear estrategias, objetivos, definir públicos, buscar tácticas y relacionarse al 100% con otras áreas que ayudan a conformar el equipo y brindan información.

- **Impacto social y económico**

El proyecto a realizar tiene varias aristas que pretenden formar y educar a diversos públicos, entre ellos los colaboradores de la institución que se definen como administrativos, docentes y servicios generales.

La finalidad de este proyecto viene más ligada al aspecto educativo y no depende tanto de la remuneración económica, puesto que consta principalmente de un reto social que involucra la academia y el conocimiento de diversas áreas de la institución y que, además, brindará una inclusión dentro del desarrollo de conocimientos básicos de aspectos internos de la organización.

La idea con el proyecto es vincular y desarrollar un ambiente de virtualidad dentro de los colaboradores CESDE, con el fin de informar, ilustrar y permitir tener conocimiento de los diversos aspectos que mueven la institución tales como reglamento interno, código de ética interno, manuales para manejo de información y cuidado de la salud, entre otros.

- **Recurso humano que participará en el proceso**

El plan de comunicaciones requiere no sólo de la labor del practicante sino del apoyo constante del jefe del área y de personal experto en virtualidad que asesorará en la construcción de estrategias de comunicación.

En relación con el nuevo proyecto que adelanta el CESDE, denominado UBA (Unidades Básicas de Aprendizaje) participará un equipo completo de diseñadores instruccionales para programas técnicos virtuales, diseñadores instruccionales para e-learning y diseñadores gráficos que apoyarán la parte del diseño de cada una de las unidades. En este proyecto que contiene diversas herramientas interactivas también apoyarán productores audiovisuales encargados de la parte audiovisual, videos instructivos, audios, imagen en movimiento, testimonios entre otros. De la mano de los productores están también los desarrolladores de multimedia y programadores Web quienes se encargan de organizar la información en sobre las plataformas para que esté a disposición de los estudiantes y colaboradores.

### **Marco teórico**

Los procesos comunicativos dentro de una organización están estratégicamente diseñados para organizar y planear herramientas que faciliten la comunicación en todos sus campos. Los canales de comunicación son un puente que fundamenta la información sobre bases sólidas y que permite entregar de manera contundente la información.

La comunicación interna se ha vuelto un tema de importancia relevante dentro de la organización ya que nos habla de la integración del personal a la empresa, de la dirección y gestión de la información que concierne a cada área de la institución y que por consiguiente requiere un trabajo más detallado. Cada función dentro de un área requiere de un determinado proceso que depende en gran parte de un proceso comunicativo.

Algunos autores han hecho mención del proceso comunicativo y expresan que la comunicación es un paso indispensable en cualquier proceso. Para (Fonseca, 2.000, pág. 4), comunicar es "llegar a compartir algo de nosotros mismos. Es una cualidad racional y emocional específica del hombre que surge de la necesidad de ponerse en contacto con los demás, intercambiando ideas que adquieren sentido o significación de acuerdo con experiencias previas comunes".

Otro de los autores que enseña a la comunicación como un modelo primordial en cualquier organización es Idalberto Chiavenato, quien asegura que la comunicación es (Chiavenato, 2006, pág. 110) "el intercambio de información entre personas. Significa volver común un mensaje o una información. Constituye uno de los procesos fundamentales de la experiencia humana y la organización social".

Algunos autores han optado por definir la comunicación como un proceso donde los símbolos rigen un papel importante, así lo afirma (Lamb & Mc, 2006, pág. 484), la

comunicación es el “proceso por el cual intercambiamos o compartimos significados mediante un conjunto común de símbolos”, y no es ajeno que en la búsqueda constante por encontrar un perfeccionamiento comunicativo profundizando el significado de todo aquello que comunicamos, como lo afirma, (Robbins & Coulter, 2005) “Comunicación es la transferencia y la comprensión de significados”.

Así vamos entendiendo que la comunicación es un conjunto de teorías bajo un mismo fundamento que encarna la explicación exacta de lo que podemos hacer en cualquier organización. Dentro de esos procesos comunicacionales existen nuevas alternativas que definen el desarrollo tecnológico como herramientas nuevas que permiten la interacción y la comunicación de una manera menos presencial y que, a su vez, agiliza e infunde nuevos conceptos que hacen énfasis en diversos sistemas de comunicación que integran: enseñanza virtual, Web 2.0, Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), e-learning, Diseño Instruccional, entre otros.

Para lograr una buena comunicación vertical y horizontal, el sistema de comunicación interna es capaz de promover acciones eficaces en las diversas estructuras de la empresa. La comunicación debe ser de dos direcciones, de arriba hacia abajo y de abajo hacia arriba. Es importante tener presente que las personas que hacen parte de una organización tienen mucha información que recibir y también tienen mucho que aportar a la organización, por tal motivo deben ser escuchados, teniendo en cuenta sus opiniones y sugerencias.

Algunas definiciones de los nuevos procesos comunicacionales permiten acercarnos a la actualidad de una manera más eficaz. Según (Stanton, Etzel, & Walker, 2007, pág. 511) la comunicación es "la transmisión verbal o no verbal de información entre alguien que quiere expresar una idea y quien espera captarla o se espera que la capte".

En las instituciones de educación superior existen diversas modalidades de enseñanza que se han tomado las aulas de clase y han facilitado la pedagogía con nuevos métodos que permiten a los alumnos y aprendices a llegar desde cualquier parte a la educación. La prudencia de las instituciones por llevar un correcto método de enseñanza comienza desde el trabajo interno, que se ve reflejado en los materiales finales que llevan el conocimiento a plataformas Web que son usadas como herramienta de estudio de las materias virtuales.

Con algunas definiciones es posible contextualizar el proceso llevado a cabo dentro de la organización para el desarrollo de los cursos y material educativo en la modalidad virtual:

*Comunicación Virtual:* la comunicación virtual tiene su escenario con la optimización y continuo uso de las Tecnologías de la Comunicación y la Información (TIC) en su era electrónica, además de otras herramientas presentes en la web 1.0 y 2.0. Para Llorca, se trata de un tipo de comunicación que se diferencia de la comunicación tradicional debido a su audiencia segmentada, diferenciada y masiva; en la que es posible reconocer el cómo se produce en la actualidad el proceso relacional entre tecnologías y sociedad.

(Ortíz, 2010)), También define la comunicación virtual como “Un proceso que permite crear, intercambiar, y compartir información en escenarios virtuales. De ahí que, se ponga en relieve la interacción y los consecuentes medios de producción semiótica compleja que no obedecen a unos esquemas comunicativos esenciales, sino que adoptan diversas materialidades libres de los condicionamientos espacio-temporales.”

Las conceptualizaciones alrededor del tema de la comunicación virtual, varían según sus autores y las miradas que estos le dan al fenómeno. Sin embargo, para efectos de este trabajo, la comunicación virtual será entendida como: un proceso sincrónico o asincrónico de intercambio de información desde diversos soportes tecnológicos entre emisores y receptores que se

encuentran determinados por un contexto cultural, social, pedagógico y tecnológico que, según Castells, puede abordarse desde dos dimensiones referidas a los elementos (componentes que intervienen en el proceso comunicativo) y las dinámicas (formas en que estos elementos se relacionan).

Por consiguiente, la virtualidad hace emerger un modelo comunicacional diferente en el que los roles emisor-receptor se intercambian y reconfiguran a partir de nuevos esquemas multidireccionales, horizontales, y democráticos, en el que uno puede comunicarse con todos, todos con uno, uno con uno y todos con todos

*Diseño Instruccional:* El diseño instruccional es un proceso en el cual se analizan, organizan y presentan competencias, información, estrategias de enseñanza aprendizaje y el proceso de la evaluación, que al conjugarse entre sí e integrando de manera racional el uso de la tecnología conforman la esencia de un contenido educativo digital, el cual trasciende hacia la generación de experiencias satisfactorias de aprendizaje en el estudiante.

(Soler Fernández, 1985, pág. 99) Define el Diseño instruccional como “una secuencia de enseñanza, con contenido específico, de duración corta y centrado en una asignatura, materia o disciplina, se basa en una esquema mecanista y cerrado”.

*E-learning:* consiste en la educación y capacitación a través de Internet. Este tipo de enseñanza online permite la interacción del usuario con el material mediante la utilización de diversas herramientas informáticas.

Este nuevo concepto educativo es una revolucionaria modalidad de capacitación que posibilitó Internet y que hoy se posiciona como la forma de capacitación predominante en el futuro. Este sistema ha transformado la educación, al abrir puertas al aprendizaje individual y

organizacional. Es por ello que hoy en día está ocupando un lugar cada vez más destacado y reconocido dentro de las organizaciones empresariales y educativas. (e-ABC, 2010-2011).

*Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC):* Las Tecnologías de la Información y la Comunicación, también conocidas como TIC, son el conjunto de tecnologías desarrolladas para gestionar información y enviarla de un lugar a otro. Abarcan un abanico de soluciones muy amplio. Incluyen las tecnologías para almacenar información y recuperarla después, enviar y recibir información de un sitio a otro, o procesar información para poder calcular resultados y elaborar informes. (ServiciosTIC, s.f.).

“Entre las pocas cosas que vamos sabiendo sobre las TIC, está que la interacción que realizamos con ellas no sólo nos aporta información, sino también modifican y reestructuran nuestra estructura cognitiva por los diferentes sistemas simbólicos movilizados. Sus efectos no son sólo cuantitativos, de la ampliación de la oferta informativa, sino también cualitativos por el tratamiento y utilización que podemos hacer de ella. De cara a la educación nos sugiere que estas TIC se conviertan en unas herramientas significativas para la formación al potenciar habilidades cognitivas, y facilitar un acercamiento cognitivo entre actitudes y habilidades del sujeto, y la información presentada a través de diferentes códigos (Cabero 2004, pág. 18).

*Educación virtual:* La educación virtual, también llamada "educación en línea", se refiere al desarrollo de programas de formación que tienen como escenario de enseñanza y aprendizaje el ciberespacio.

En otras palabras, la educación virtual hace referencia a que no es necesario que el cuerpo, tiempo y espacio se conjuguen para lograr establecer un encuentro de diálogo o

experiencia de aprendizaje. Sin que se dé un encuentro cara a cara entre el profesor y el alumno es posible establecer una relación interpersonal de carácter educativo.

Desde esta perspectiva, la educación virtual es una acción que busca propiciar espacios de formación, apoyándose en las TIC para instaurar una nueva forma de enseñar y de aprender.

La educación virtual es una modalidad de la educación a distancia; implica una nueva visión de las exigencias del entorno económico, social y político, así como de las relaciones pedagógicas y de las TIC. No se trata simplemente de una forma singular de hacer llegar la información a lugares distantes, sino que es toda una perspectiva pedagógica. (Ministerio de Educación Nacional, 2009)

### **Plan de comunicaciones interno**

“El Plan de Comunicación contiene las pautas de la estrategia de comunicación de una empresa u organización. Todo Plan de Comunicación es necesario si se carece de un plan estratégico donde se hayan contemplado las relaciones internas y externas de la entidad.

El Plan de Comunicación debe diseñarse teniendo en cuenta toda la problemática de la entidad y de acuerdo con su dimensión y sus características. Se trata de una herramienta de trabajo contemplada para ser rentable y eficaz. A ser posible debe de ser aprobado por la mayor parte de los cuadros directivos de la empresa y conviene que a su vez cada uno de los directivos haya contrastado con sus colaboradores los aspectos del plan que les pueda afectar.

A menudo se tiene la convicción de que el Plan de Comunicación es una herramienta de gestión compleja, sofisticada y necesariamente costosa para la empresa que decide adoptarla. Pero no es cierto que un plan de comunicación es únicamente accesible para entidades con abultados presupuestos y con un alto nivel de gestión. Por el contrario, toda unidad de negocio tiene su estrategia de comunicación y por tanto, el plan debe responder a unas pautas de actuación que toda empresa tiene establecidas. En muchas ocasiones, la estrategia de comunicación se mantiene oculta y los directivos no son conscientes de cómo tienen por norma relacionarse interna y externamente con sus clientes, proveedores, empleados o con los medios de comunicación, los prescriptores de opinión, entidades, asociaciones, instituciones y la sociedad en conjunto”. (Ribera, s. f. )

Siguiendo las directrices que se basan en un plan de comunicaciones interno eficiente y eficaz, dentro de la organización se deben tener objetivos trazados por la organización que le permitan llevar a su ejecución las metas propuestas.

Este plan responde a necesidades netamente organizacionales que se determinan a través de un análisis riguroso y completo que permite diferencias falencias y detalles que pueden mejorar y potenciar el clima organizacional, al igual que procesos internos que son pilar en la organización. Cada dependencia dentro de la organización es un eje fundamental que se conecta con otros, formando una cadena de procesos humanos que se convierten en un servicio o producto que se vende y se muestra a externos. Por lo siguiente, es importante tener presente que todos los procesos organizacionales por los cuales un plan de comunicación se integra en el mejoramiento de procesos son para permitir una buena gestión de la información y la comunicación entre dependencias, áreas y personas de la organización. Es un reto implementar nuevos procesos dentro de un área determinada, retos que se asumen con tal responsabilidad y dedicación que construyen un arma firme que pueda funcionar de manera rentable y acorde a las políticas y valores que existen dentro de la organización.

Para este plan de comunicaciones interno especificado para una institución de educación superior, en el área de Ambientes Virtuales es indispensable seguir los lineamientos internos de la organización en las piezas publicitarias y en todos los procesos respetando la fidelidad de la marca. El plan de comunicación incluye solo a colaboradores internos, entre docentes, administrativo y servicios generales, lo que abarca un gran público que es segmentado de acuerdo a las edades y cargos. De esta manera se facilita el proceso de aplicación del plan.

La condición virtual de la base del proyecto al cual se quiere llegar despliega un eje de creatividad y motivación por parte del plan de comunicaciones en el que se requiere la interacción primordial de todo público a la virtualidad y sistemas de educación que para algunos públicos son poco convencionales y que requieren de una capacitación previa.

### **Pasos para desarrollar el Plan de Comunicaciones**

- Realizar un análisis de las necesidades de la institución y del proyecto determinado.
- Definir la estrategia general de comunicación.
- Estimar las ventajas y los beneficios del plan de comunicación.
- Definir unos objetivos concretos y planificar las fases de aplicación.
- Adaptar la estrategia a los mensajes y a las tácticas para que lleguen a los colaboradores de la institución.
- Realizar seguimiento de aplicación del plan.
- Resaltar conclusiones y efectividad del plan dentro de la institución.

### **Cronograma de trabajo**

- 1) Planeación del proyecto
- 2) Presentación de propuesta
- 3) Determinar público objetivo para el proyecto
- 4) Creación de campaña de comunicaciones para el reconocimiento del proyecto
  - Creación de Imagen
  - Creación de Logo
  - Creación de Estrategias y Tácticas.
- 5) Presentar propuesta al Comité Gestor.
- 6) Levantar el contenido de cada UBA.
- 7) Desarrollar las estrategias de la UBA
- 8) Desarrollar contenido de las UBAS.

## **Cronograma de plan de comunicaciones interno para el área de Ambientes Virtuales de Aprendizaje**

- Reconocimiento de aspecto a trabajar
- Definición de proyecto
- Reconocimiento de públicos
- Objetivo general
- Objetivos específicos
- Marco teórico
- Análisis DOFA
- Campaña de expectativa
- Referencias bibliográficas

## **Campaña de expectativa para lanzamiento del proyecto Unidades Básicas de Aprendizaje.**

### **Objetivo general**

Promover un nuevo proyecto institucional que pretende vincular a los colaboradores del CESDE en un proyecto virtual en el que se desarrollarán las Unidades Básicas de Aprendizaje (UBA), propuestas desde comité gestor para el enriquecimiento del aprendizaje a los colaboradores de las diferentes áreas de la institución.

### **Segmentación de Públicos**

*Tabla 2 Baby Boomers*

<b>Baby Boomers</b>	
Administrativos	15
Docentes	35
Total	50

Los Baby Bomers son personas nacidas entre 1946 y 1964. Sus edades oscilan entre los 5 y 68 años.

*Tabla 3 Generación X*

<b>Generación X</b>	
Administrativos	48
Docentes	85
Total	133

La Generación X son personas nacidas entre 1965 y 1976. Sus edades oscilan entre los 38 y 49 años.

*Tabla 4 Generación Y*

<b>Generación Y</b>	
Administrativos	81
Docentes	43
Total	124

La Generación Y son personas nacidas entre 1977 y 1997. Sus edades oscilan entre los 17 y los 37 años.

*Tabla 5 Total*

<b>TOTAL</b>	
Baby Boomers	50
Generación X	133
Generación Y	124

Existe un grupo de públicos denominado Millenium o Net. Esta generación no tiene precedencia en la institución. Son personas nacidas entre 1998 y 2008. Sus edades oscilan entre los 6 y 16 años.

## **Análisis DOFA para el área de Ambientes Virtuales de Aprendizaje**

### **Debilidades:**

- Debido a la grande demanda por parte del área de Ambientes Virtuales de Aprendizaje, los procesos en algunos casos tienen a retrasarse por falta de personal que pueda complementar los requerimientos.
- Los recursos para los procesos comunicativos no son grandes, lo que impide llevar a cabo algunos aspectos que pueden servir para complementar el buen clima laboral.

### **Oportunidades:**

- En el mercado hay empresas reconocidas que buscan entidades con la capacidad para desarrollar proyectos a gran escala.
- Cada día aumenta la demanda de servicios como los que presta el área.

### **Fortalezas**

- La ubicación de la sede permite tener mayor libertad y permisión para realizar los procesos de manera adecuada.
- Las instalaciones y oficinas propician el trabajo y permiten la interacción y la buena comunicación.
- El alto índice de personas jóvenes en el área ayuda a tener una visión más fresca de los profesos, a facilitar la comunicación y a innovar en los proyectos.
- Al ser un área pequeña permite que cada colaborador pueda tener un espacio importante dentro del área.
- Permite al jefe tener un acercamiento más íntimo con cada uno de los miembros del área, llevar un constante seguimiento, una interacción más cercana.
- El equipo que conforma el área es un equipo profesional de grandes cualidades, capaz de trabajar en colectivo, con ideas innovadoras y creativas.

**Amenazas**

- Debido a la gran demanda en la educación virtual, el área compite con grandes empresas que prestan el mismo servicio.
- La subdivisión de áreas en las que se encuentra la institución representa una amenaza para el área en cuanto, regula la independencia de la misma.

## Estrategias y tácticas

- **Estrategia**

Promover la virtualidad dentro de los colaboradores.

- **Táctica**

Crear junto con el comité gestor de la institución capacitaciones y cursos donde las personas conozcan el proceso virtual de algunos cursos, al igual que la implementación de herramientas virtuales que puedan servirles como apoyo para desarrollar el proyecto interno denominado Unidades Básicas de Aprendizaje (UBA)

- **Estrategia**

Manejo de carteleras

- **Táctica**

Con la actualización de la información en las carteleras internas también se pudo avanzar en la campaña de expectativa. En esta oportunidad usamos piezas que pudieran llegar a todos los colaboradores con el fin de que ellos estuvieran al tanto del nuevo proyecto y de esta manera indagaran entre ellos mismos sobre lo que sea preparaba dentro de la institución.

- **Estrategia**

Volanteo

- **Táctica**

Para generar recordación sobre el proyecto a desarrollar, determinamos que una de las principales formas de llegar a los diferentes públicos es por medio de los medio físicos. Para ello creamos piezas que se destinaron a cada área con el fin de darles a conocer el nuevo proyecto y de esta forma generar expectativa sobre lo que se desarrollará en la institución. Este proceso se hizo acompañado de un suvenir.

- **Estrategia**

Por medio de incentivos didácticos que se elaboran como juegos interactivos donde los colaboradores CESDE participan, se pretende generar vinculación con el proyecto desarrollado por el área.

- **Táctica**

Juego didáctico: arma la frase.

En un juego de pistas donde participa cada área de la institución CESDE y se impulsa el objetivo claro de las UBA.

Estas pistas consisten en palabras que forman una frase que se publican en las Redes Sociales y las cuales deben ir recogiendo para formar la frase que debe ser publicada en las redes sociales, el colaborador que tenga más likes, será la gana un souvenir.

Se realiza semanal.

La persona que reúna las pistas se ganará un souvenir.

- **Táctica**

Juego didáctico: pon la cara.

Hacer una actividad recreativa en el baño donde las personas interactúen con una forma para ganar un souvenir.

Esta actividad consta de un marco fotográfico en el que las personas deben tomarse una foto y subirla con un hashtag. La persona sea docente, del área administrativa, servicios generales o vinculado que tenga más likes en la publicación se gana un souvenir.

- **Estrategia**

Crear un personaje de manera física para incentivar, cultivar y promover dentro de la institución la llegada de las Unidades Básicas Aprendizaje (UBA).

- **Táctica**

Impulsador disfrazado del personaje para cautivar a las personas y generar expectativa.

Crear un personas que disfrazado pueda repartir volantes e información con respecto a las UBA. Información donde se invite a los colaboradores a investigar sobre las UBA.

## Aplicación de estrategias y tácticas

### Creación de Imagen

Ilustración 2 Volante virtual, campaña de expectativa

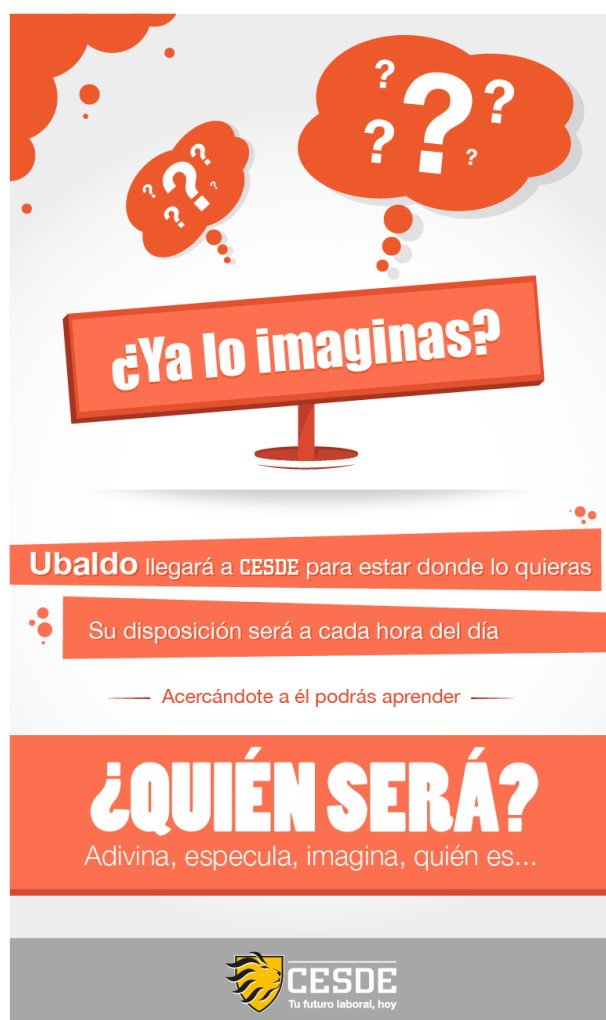
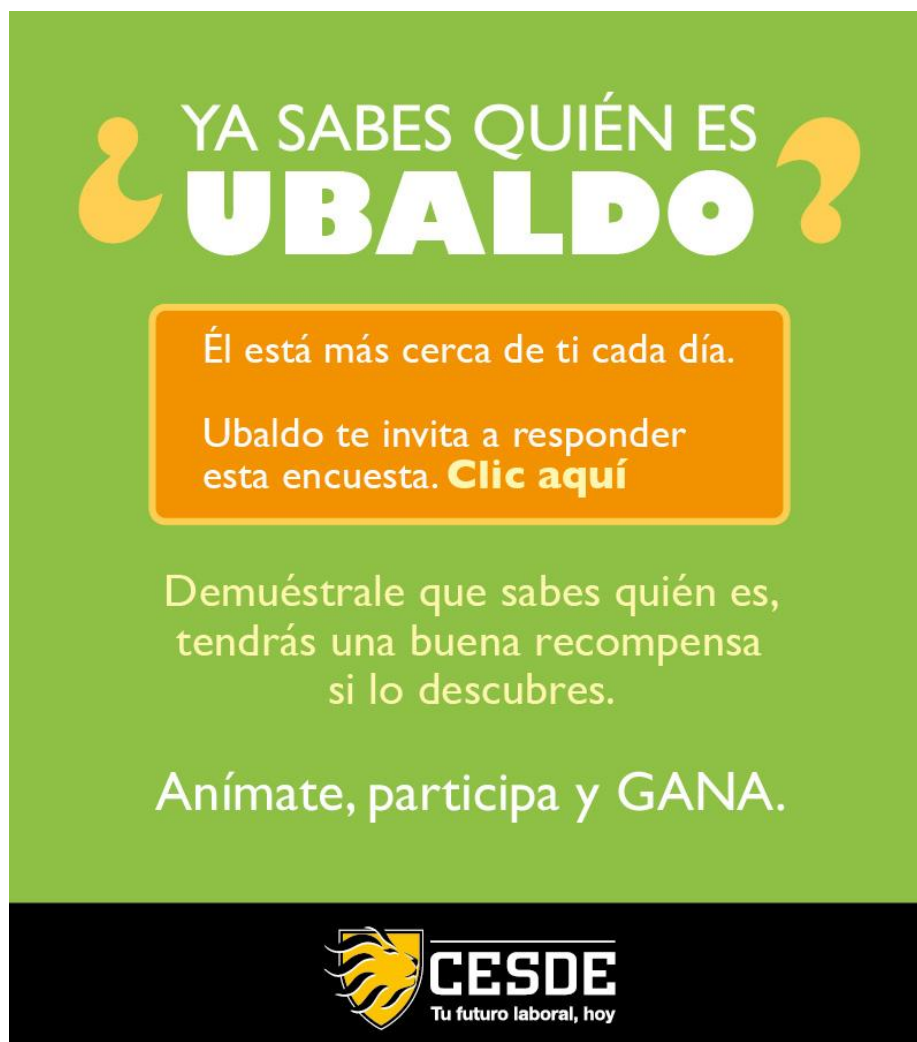


Ilustración 1 Volante virtual, campaña de expectativa



*Ilustración 3 Volante virtual, Campaña de expectativa*



Cada una de las piezas fue utilizada con el fin de promover y proyectar las Unidades Básicas de Aprendizaje creando expectativa entre los colaboradores de la institución.

Este proceso definió los colores, la tipografía, el tamaño de la letra.

Con estas piezas se logró persuadir a los colaboradores en participar de una encuesta virtual en la que pudieran dar sus opiniones sobre la llegada de un nuevo personaje, que desconocían, pero que llegaría a CESDE de cualquier modo.

Esto logró acaparar la atención de todos los colaboradores que activamente participaron de la actividad.

**Personaje: UBALDO**

Tras la aprobación de algunos aspectos propuestos desde el comité gestor y siguiendo los lineamientos propuestos por la campaña de expectativa para el desarrollo del proyecto interno, se creó UBALDO. Este es el personaje en varias caracterizaciones que representará y dará vida a cada una de las UBA propuestas.

*Ilustración 4 Creación del personaje Ubaldo, faceta 1*





*Ilustración 5 Ubaldo faceta 2*



*Ilustración 6 Ubaldo faceta 3*

## ¿Quién es Ubaldo?



### ¿Quién es Ubaldo?

Adivina, especula, imagina... ¿Quién es... ¡Participa y GANA! TIENES PLAZO HASTA EL VIERNES AL MEDIO DÍA

\*Obligatorio

Tu nombre completo \*

Área a la que perteneces \*

¿Quién es Ubaldo? \*

¿Cuándo llegará Ubaldo a CESDE? \*

¿Cuál será la misión de Ubaldo en CESDE? \*

¿Cuánto tiempo estará Ubaldo en CESDE? \*

Enviar

*Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.*

100%: has terminado.

Con el fin de hacer partícipes a los colaboradores en el proceso de reconocimiento del proyecto, se creó una especie de encuesta virtual en la que se pedía a las personas especular

sobre quién podría ser Ubaldo. Esto ocurrió tras varias semanas de expectativa en las que usamos la imagen, los colores y mensajes alusivos al proyecto.

La participación de esta encuesta fue activa. Los colaboradores de diversas áreas participaron de la actividad lanzando diversas opiniones sobre los que creían que era Ubaldo. Algunas personas tenían idea de lo que podría ser, sin embargo, la sorpresa fue mayor cuando lo pudieron conocer.

Entre los participantes de la encuesta, se hizo una rifa de un bono de compras por 100.000 pesos como motivación por la participación.

Tabla 6 Participación de los colaboradores

Marca temporal	¿Cuál será el medio de Ubaldo en CESDE?	¿Cuánto tiempo estará Ubaldo en CESDE?	¿Cuándo llegará Ubaldo a CESDE?	Tu nombre completo	Área a la que pertenece	¿Quién es Ubaldo?
21/01/2015	Apoyo desde TI para los procesos	Se queda	A fin de este mes	Evelio Vélez	Calidad	Share Point
21/01/2015	Enseñarnos a cuidar nuestra Institución	Para siempre	Este semestre	Ana Isabel Sierra Ferrar	Académica	Una mascota
21/01/2015	Formar a cada uno de los colaboradores	Por mucho tiempo	La próxima semana	Claudia María	Bienestar	Unidades Básicas de Aprendizaje
21/01/2015	Enseñarnos	Siempre	Febrero	Maria Catherine Ortega	AVIA	Un sapito
21/01/2015	Es interactuar en distintos departamentos	<3 meses	En marzo	Elena Elizabeth Toro	Mercadeo	Programa
21/01/2015	Recordarnos las buenas prácticas laborales	Siempre	En la reunión anual del lunes 26	Lina Marcela Velásquez	Proyección Laboral	Un personaje animado que es empleado CESDE y nos enseña y dará tips de buenas conductas en nuestro ambiente laboral
21/01/2015	Autómatas y certificados	el tiempo necesario para realizar s	Cuando el ministerio de educación	MONICA MARIA GRALD CONTABILIDAD		Es el nombre (con el que proyectaremos a cesde en el ciclo de profesionalización)
21/01/2015	Encargarse de que los empleados compren	Leopó para quedarse	En la reunión de empleados CESDE	Estefanía Jaramila	Operativo y Control	Ubaldo es el personaje que se encargará de capacitar a los empleados, por medio de la plataforma virtual
21/01/2015	Que conozcamos más sobre CESDE	Por tiempo indefinido	Febrero	MARIE YLBERT MUREL	CALIDAD	Un medio de aprendizaje organizacional
21/01/2015	Integrar todas las áreas	Toda la vida	en el 2015	Ledy Johana Marin Pene	Escuelas de Turismo	Un nuevo Software Institucional
21/01/2015	Ayudarnos a tener disponible toda inform	Siempre	el próximo mes	Kely Dalana Perez Reri	Mercadeo	Es un aplicativo donde tendremos acceso a toda la información de nuestra empresa. Allí todas las áreas de CESDE podrán almacenar y compartir su información.
21/01/2015	transformar nuestra institución	siempre	para este año	Eicy Bibiana Vélez Barrera	Mercadeo	Un gran proyecto
21/01/2015	Información general	Por siempre	Pronto	María Cecilia Baena	Osc. Biblioteca	Boletín Institucional
21/01/2015	Generar conciencia en la transformación	Siempre ;)	26 de enero reunión de empleados	VAJAIRA LICET PALMPC	Proyección Laboral	Una Mascota
21/01/2015	Promocionar el proyecto	Indefinido	En julio 2015	Ana Catalina Vélez Ortiz	Proyección Laboral	Mascota Universidad Leonardo Davinci
21/01/2015	mejorar los procesos administrativos	Indefinido	en este semestre	Carla Córdoba	Admón	una nueva aplicación informática para nuestro desempeño
21/01/2015	ayudar en los procesos de formación	todo 2015	semestre 1-2015	Ana María Giraldo	escuela de turismo	un personaje
21/01/2015	ayudar en los procesos de formación	todo 2015	semestre 1-2015	Ana María Giraldo	escuela de turismo	un personaje
21/01/2015	De la bienvenida, muestra las espacios de	Se quedará a vivir en CESDE	2 de febrero	Bertha Ines Ramirez Osc	Tecnico en Sistemas	Mascota
21/01/2015	Proveerá en la institución la innovación,	Mucho tiempo	Durante el primer semestre de 20	Paula Andrea Bechara	Fundación Educativa	El un nesti muy querido por todos
21/01/2015	recordación de marca	1 año por lo menos	en febrero 2	Jairo Omar albatre gaviña	esc. turismo	la mascota de la institución
21/01/2015	Comunicar.	Siempre.	En febrero.	Catherine Aguirre Herrel	Calidad	Es un medio de información, es decir, una plataforma interna para empleados CESDE donde se mantendrá y suministrará toda la información reciente que acontece en CESDE.
21/01/2015	ubicar a los docentes y los grupos	De ahora en adelante	Este semestre	Javier Mangreres Madrid	Administración	Debe ser un software que permite ubicar a los docentes sabiendo el horario y los grupos donde tienen clase
21/01/2015	Facilitar la labor del docente	el tiempo que sea necesario	este semestre	Renee Jaramila	Turismo	unidad bienestar al docente
21/01/2015	ayudarnos a creer que se puede seguir	por mucho tiempo	llega para quedarse, acompañará	al iniciar el calendario académico	Carlos Mario Rendón	Va docente diseño grafico es la mascota que acompañará a Cesde en los cambios que se han venido gestando en la institución y los venditores
21/01/2015	SALUDAR	POR ACEPTACIÓN DE LOS ESTUDI	COMENZO DE CLASES	DAVID MAURICIO MORA	DOCENTE ESCUELA DE	NOMBRE DEL LEON DEL CESDE
21/01/2015	vigilar el uso de los recursos energéticos,	por mucho tiempo	en febrero	Jorge Alonso	escuela Administración	vigía de medio ambiente
21/01/2015	unirse a todos	siempre	el 26 de enero de 2015 en la reu	Ricardo Andrea Becerra	docente escuela proces	un medio de comunicación
21/01/2015	informar	todos los días del año. Llega para	Febrero	Manuel José Ramirez	Av. hostelería	Guía informativo de la web
21/01/2015	Generar prácticas positivas para integraro	Dos años	En las inducciones de los estu	María del Pilar Castaño L	Académica	Es el amigo de nuestro León, que dinamizará la misión de la institución
21/01/2015	ENSEÑAR LOS VALORES DEL CESDE	1 AÑO	EN FEBRERO DE 2015	CARLOS ANDRES HOREDEC	SALUD	EL LEÓN DEL CESDE
21/01/2015	Mantener informada la comunidad CESDE	muchos años	El 26 de enero	JUAN DIEGO HENAO	CR Administrativa y Finanzas	El periódico Cesde
21/01/2015	Mantener la información Cesde consasida	Por mucho tiempo siempre y cuando	en el 2015	Oscar Mario Gil Rios	Escuela de Procesos Te	Un servidor
21/01/2015	Continuar ideando bien a CESDE para eso	Mucho tiempo	30 de agosto	Maria Lucia Palaco Vani	Escuela de salud	El nuevo rector
21/01/2015	Crear una cultura y formación institucional	5 años	26 de enero 2015	Juan Saicedo	Rectoría	Un personaje que nos ayudará a aprender más
21/01/2015	Hacer que como formadores apguemos lo	permanentemente	Este semestre	Juan José Cadavid Agui	Escuela de comunicación	Es un sujeto imaginario al que debemos formar como tecnico
21/01/2015	realizar propuestas de investigación y	eso se quedará	la semana entrante	merito fernando douce	docente	un líder que viene a trabajar en el área de la investigación
21/01/2015	Apoyar el buen clima organizacional en CE	Etternamente siempre	Llegará el viernes 23 de enero o	Beatriz Elena Arroyave I	Docente Escuela de la S	Ubaldo es un personaje
21/01/2015	transformar y unir la comunidad	será que si se va?	en febrero	Carla Andria Pérez Vélz	Escuela de Comunicación	Un amigo del león de Cesde
22/01/2015	imagen del cesde y motivador	siempre	el 26 de enero de 2015	Nunai Hernandez	docente escuela admon	Mascota del cesde
22/01/2015	Acompañarnos en el día a día, vendrá con	15 días???	La próxima semana	YANILE ANDREA CHAVI	MANTENIMIENTO Y GUIA	Es el león institucional, dinámico, solidario, innovador, es único, divertido, cordal. Es un leoncito bien puesto.
22/01/2015	educar	hasta que dure la campaña	febrero	angelina betancour	restit. comunicación visual	un nuevo elemento corporativo
22/01/2015	Apoyar procesos	Siempre	El lunes 20 de enero	Carola Alberto Vélez Cal	Escuela de Administración	El personaje que os apoyará en los diferentes procesos
22/01/2015	ser comunicador	hasta volverse universidad	2 de febrero	Carlos Sepúlveda	Comunicación Visual	Mascota
22/01/2015	motivar a los estudiantes	Indefinido	llegará el 2 de febrero	José Sánchez Barru U	Escuela de administración	es un estudiante imaginario
23/01/2015	APOYARNOS EN EL PROYECTO DE CREAR POR SIEMPRE	DESEDE EL 26 DE ENERO	llegará el 2 de febrero	ALEJANDRA GARCIA IN	CONTABILIDAD	UN PERSONAJE
23/01/2015	Facilitar la comunicación y motivarnos al	Indefinido	Febrero de 2015	Socorro Inés Aguado Vélz	Docente Gestión Humani	Nuestra nueva plataforma de comunicación interactiva
23/01/2015	Facilitar la comunicación y motivarnos al	Indefinido	Febrero de 2015	Socorro Inés Aguado Vélz	Docente Gestión Humani	Nuestra nueva plataforma de comunicación interactiva

## Lanzamiento de campaña

El lanzamiento se hizo en la reunión anual de empleados que tiene el CESDE para ilustrar los procesos llevados a cabo el año anterior y los planes que se presupuestan para este año. En esta reunión, que es obligatoria para los colaboradores, participaron acerca de 300 empleados- Se realizó en el auditorio de la institución y tuvo como objetivo resaltar los aspectos más importantes tales como, premiar a los mejores empleados y a los mejores docentes de la institución.

*Ilustración 7 Lanzamiento del proyecto*



*Ilustración 8 Lanzamiento del proyecto UBA*



Esta reunión estuvo precedida por el Gerente de CESDE, Andrés Arango, en compañía de los altos directivos de la institución. Esta también fue la oportunidad para presentar al nuevo rector de la institución. En compañía de todos los empleados, Ubaldo llegó con pie derecho y gustó mucho entre los presentes.



La animación estuvo a cargo de un estudiante de la institución quién por medio de un monólogo dio a conocer el proceso de Ubaldo dentro de la institución.

## Conclusiones

El trabajo realizado desde el área de ambientes virtuales para CESCE se expone a una particularidad que se evidencia en el trabajo en equipo y en el crecimiento constante del área debido al reconocimiento en el medio virtual. Es un área que proyecta un trabajo de alta calidad y que se expone a muchos escenarios, fomentando la innovación y la calidad en sus productos.

Cada proyecto elaborado desde el área tiene un sello particular que lo distingue del otro, lo que representa una buena plataforma para CESDE y para el crecimiento del área que le apuesta a generar contenido lúdico en sus los programas virtuales y en los proyectos externos a otras empresas.

La proyección del área indica un crecimiento continuo que se refleja en la cantidad de proyectos que se trabajan en simultáneo. Es necesaria la intervención de un comunicador en el área de Ambientes Virtuales, que pueda ayudar con el soporte de algunos procesos que se dan función al contenido de cursos, proyectos y trabajos que necesitan un análisis riguroso.

Dentro del proceso de práctica se pudieron reconocer factores importantes que se pueden gestar desde aspectos internos, como las relaciones interpersonales, la convivencia y el desarrollo de personalidades múltiples que tiene el área. Todos los procesos están ligados a contribuir con el aprendizaje constante de forma particular y grupal.

El aspecto de independencia del área lleva consigo un sello que particularmente es difícil de cambiar en un semestre, pero que teniendo más tiempo de trabajo puede funcionar y es el reconocimiento de algunos momentos, fechas especiales, cumpleaños, despedidas, ingresos y demás aspectos importantes que avivan la convivencia y el buen ambiente laboral.

## **Recomendaciones**

Dentro del proceso de enseñanza en CESDE es indispensable la comunicación transversal que no se fundamenta solo desde el área de comunicaciones, sino que trasciende otras áreas que tienen autonomía y que dominan su mercado con procesos propios, creados desde su institución. Se comprenden las relaciones personales como un eje fundamental que no limita trato ni diferencia, pero que si genera convivencia entre colectivos.

En el área de Ambientes Virtuales de Aprendizaje el trabajo constituye una carga alta que es sopesada por varias personas, sin embargo, el área necesita, más personal que apoye las labores y los procesos que se llevan a cabo. El área crece a pasos grandes por lo que se requiere estar a la par de los procesos. La información que se da dentro del área muchas veces está limitada por los mismos cargos, lo que se recomienda el uso de un volante interno, un informe de estado en que se puedan conocer los procesos que el área adelanta y en los que en el momento está participando.

Otra de las recomendaciones que pueden tomar partido tiene que ver con los recursos que destina el área para desarrollar diversas actividades que tienen que ver con el enriquecimiento y disposición del área.

## Referencias

- Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. McGraw.
- e-ABC. (2010-2011). *Definición de e-Learning*. Obtenido de e-ABC: <http://www.e-abclearning.com/definicion-e-learning>
- Fonseca, M. D. (2.000). *Comunicación Oral Fundamentos y Práctica Estratégica*. México: Pearson Educación .
- Lamb, H., & Mc, D. (2006). *Marketing*. Thomson Editores .
- Ministerio de Educación Nacional. (2009). *Educación virtual o educación en línea*. Obtenido de <http://www.mineducacion.gov.co/1621/article-196492.html>
- Ortíz, A. (2010). *La comunicación virtual: del gesto a las redes*. Bogotá: Volutad.
- Ribera, X. (s. f. ). *El Plan de Comunicación*. Obtenido de Disseny.ivace.es: [http://disseny.ivace.es/PortalDisseny/index.php?option=com\\_content&task=view&id=124&Itemid=174](http://disseny.ivace.es/PortalDisseny/index.php?option=com_content&task=view&id=124&Itemid=174)
- Robbins, S., & Coulter, M. (2005). *Administración*. México: Pearson Educación.
- ServiciosTIC. (s.f.). *Definición de TIC*. Obtenido de <http://www.serviciostic.com/contactar.html>
- Soler Fernández, E. (1985). *Constructivismo, innovación y enseñanza*.
- Stanton, W., Etzel, M., & Walker, B. (2007). *Fundamentos de Marketing*. México: McGraw-Hill.