

**Estrategia de fortalecimiento para el área de Relaciones Públicas y Eventos de la
Universidad EAFIT**

Trabajo de grado para optar por el título de Comunicadora Social y Periodista

María Camila Mejía Botero

Asesora

Luisa Fernanda Pulgarín Restrepo

Comunicadora Social

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

2014

Contenido

Contenido.....	2
Resumen	4
Abstract.....	5
Introducción.....	6
Justificación.....	8
Objetivos	10
Objetivo general.....	10
Objetivos específicos	10
Marco teórico.....	12
La identidad corporativa, como manifestación física de marca	13
La imagen corporativa, una herramienta para comunicar	15
Las Relaciones Públicas, función vital de EAFIT	16
Los eventos como promotores de la buena imagen corporativa	17
Metodología.....	20
Resultados.....	22
Antes de la actualización.....	23
Después de la actualización	25
Conclusiones	33
Recomendaciones.....	35
Referencias.....	38

Ilustración 1 El área	23
Ilustración 2 Servicios.....	23
Ilustración 3 Procedimientos y formatos	24
Ilustración 4 Equipo de trabajo	24
Ilustración 5 Contacto	25
Ilustración 6 El Área	25
Ilustración 7 El Área	26
Ilustración 8 Servicios	26
Ilustración 9 Servicios	27
Ilustración 10 Servicios	27
Ilustración 11 Procedimientos y formatos.....	28
Ilustración 12 Procedimientos y formatos.....	28
Ilustración 13 Equipo de trabajo.....	29
Ilustración 14 Contacto.....	29

Resumen

El objetivo principal de este trabajo de grado es crear una propuesta orientada al fortalecimiento de la dependencia de Relaciones Públicas y Eventos a través de la revisión y actualización del Manual de Protocolo, la generación de contenidos en la Intranet sobre el área y la creación del Portafolio de Proveedores.

Lo anterior, con el fin de dar cumplimiento a la Misión Institucional de la Universidad EAFIT, de culminar proyectos que hacen parte del plan operativo del Área en el año 2013 y de proyectar su imagen a través de las relaciones interpersonales, dando a conocer en un futuro, este proyecto al resto de dependencias por medio de capacitaciones sobre la Intranet, la importancia y el buen uso del Manual y del Portafolio.

La metodología empleada para llevar a cabo este trabajo de grado con enfoque cualitativo, fue: primero, la revisión y actualización del contenido del Manual de Protocolo de la Universidad tras una revisión previa del mismo, segundo, la generación y reajuste de información del área de Relaciones Públicas y Eventos en la Intranet del sitio web de EAFIT por medio de una evaluación previa del departamento de Comunicación en general, y tercero, la creación del portafolio de proveedores que incluye en orden el nombre de las empresas y las personas encargadas de proveer la mercancía, según el evento a realizar.

Palabras clave: manual, proveedores, intranet, fortalecimiento, relaciones.

Abstract

The main objective of this paper grade is to create a proposal aimed at strengthening the dependence of Public Relations and Events through the review and update of Protocol Handbook content generation on the intranet on the area and the creation of the Portfolio Provider.

This, in order to comply with Institutional Mission EAFIT, culminating projects that are part of the operational plan of the area in 2013 and to project its image through interpersonal relationships, revealing a future, this project to other agencies through training on the Intranet, the importance and proper use of the Manual and Portfolio.

The methodology used to conduct this study with a qualitative approach grade, was: first, to review and update the content of the Protocol Handbook University after a previous review of it, second generation and adjustment of area information Public Relations and Events in the Intranet website EAFIT by a prior assessment of the department of communication in general, and third, the creation of a portfolio of suppliers in order to include the name of the companies and individuals responsible for providing the commodity, as the event to be performed.

Introducción

Durante el segundo semestre del año 2013, se desarrolló la práctica profesional orientada al fortalecimiento del área de Relaciones Públicas y Eventos de la Universidad EAFIT a través del diagnóstico del área en general, el análisis del sitio web, especialmente de la Intranet del Área, con el ánimo de generar contenidos que dieran cuenta de las orientaciones, cambios, procesos, políticas y actividades que allí se cumplen, logrando la actualización mensual de la información y usándolo como herramienta dinámica de comunicación con el resto de dependencias de la Universidad.

Además, la experiencia permitió actualizar el contenido y el diseño del Manual de Protocolo impreso y virtual, gracias a las necesidades del área de Relaciones Públicas y Eventos de la Universidad EAFIT, guiando correctamente al resto de dependencias sobre el buen uso de éste y la importancia que tiene.

Otro de los logros durante este periodo fue la creación del Portafolio de Proveedores del área de Relaciones Públicas y Eventos, para organizar y seleccionar de manera asertiva cada dotador según el tipo de evento.

El estudio realizado es de vital importancia para el Área, puesto que algunas de estas herramientas forman parte del plan operativo del año 2013; son proyectos que se han intentado anteriormente, pero que por distintas circunstancias han fracasado, por eso la decisión de retomarlos y actualizarlos fue inmediata, para así finalizar este proceso y dejar un legado importante al Departamento en general.

El alcance que logró este trabajo fue de gran impacto, puesto que le imprimió la fuerza necesaria para la adopción de estas herramientas virtuales y físicas que contextualizan al público en general.

Las limitaciones que se presentaron con mayor frecuencia, fueron el tiempo para la búsqueda de contenido e investigación y para dedicarle al proyecto por los eventos y actividades que se presentaban a diario en el ámbito laboral, el impedimento para hallar algunos datos que permitían la realización de esta estrategia, debido a que varia información estaba extraviada o no había acceso a ella y finalmente el llegar a un acuerdo para llevar a cabo las capacitaciones con el resto de Dependencias de la Universidad, gracias a las diferentes responsabilidades de cada empleado.

Justificación

Las Relaciones Públicas tienen como objetivo comunicar de manera clara y estratégica determinados mensajes, con el fin de fortalecer los vínculos con los distintos públicos. Como comunicadora y con el ánimo de ejercer de manera correcta la práctica profesional, es trascendental tener en cuenta la importancia que tiene la comunicación organizacional en los ámbitos interno y externo, desde las relaciones públicas y el protocolo.

El mayor reto como aprendiz del Departamento de Comunicaciones, es el aporte cognoscitivo, el legado que se puede dejar al área de Relaciones Públicas y Eventos con la implementación de la propuesta y su aceptación por parte del público interno, el cual estará en la capacidad de realizar eventos dentro de la Institución sin la ayuda del Área y logrará manejar la Intranet, para finalmente empoderarse de las diversas herramientas prácticas y necesarias en la realización de actos institucionales. Esto, con el objetivo de convertirlos en aliados estratégicos de las diferentes dependencias, dispuestos a contribuir en la divulgación y apropiación de la información brindada.

Es vital reflejar orden en cada uno de los eventos internos y externos de la Universidad; para incidir significativamente en la transformación social y en su imagen ante el mundo.

El área de Relaciones Públicas y Eventos de la Universidad EAFIT, ha generado un alto impacto en los públicos de interés de la Institución, a través de la coordinación estratégica de los eventos y las relaciones públicas.

La finalidad de este trabajo de grado, es crear una serie de herramientas como: el Manual de Protocolo, el Portafolio de Proveedores y la Intranet que sirvan al Área, convirtiéndola en un

componente indispensable, y encontrando una guía para la organización de eventos y el manejo protocolario de los mismos.

La Universidad EAFIT contribuye al progreso social, económico, científico y cultural del país, mediante sus programas de pregrado y posgrado, formando a las personas y haciéndolas competentes en diferentes aspectos. Sin dejar a un lado que además de preparar profesionales, forman seres humanos éticos y responsables de sus propias acciones y las repercusiones de éstas en el entorno.

Gracias a que EAFIT es sede de grandes eventos de la ciudad y del país, desarrolla una cultura institucional abierta y democrática en un ambiente que promueve la formación integral y permite mantener vínculos con otras instituciones educativas, gubernamentales, sociales, culturales, y de carácter nacional e internacional. Por esto, con el trabajo de grado, estas relaciones se mantendrán y mejorarán ostensiblemente, logrando así que el área de Relaciones Públicas y Eventos se convierta en una dependencia facilitadora de procesos y promotora de la buena imagen de la Universidad.

Con el ánimo de reducir costos, aprovechar mejor los recursos y poner en práctica el conocimiento interno, la experiencia obtenida y la optimización de las herramientas de comunicación ya existentes, se deja el trabajo de grado, como un legado para el Departamento de Comunicación en general.

Objetivos

Objetivo general

Crear una propuesta orientada al fortalecimiento de la dependencia de Relaciones Públicas y Eventos a través de la revisión y actualización del Manual de Protocolo, la generación de contenidos en la Intranet sobre el área y la creación del Portafolio de Proveedores. Lo anterior, con el fin de dar cumplimiento a la Misión Institucional de la Universidad EAFIT, de culminar proyectos que hacen parte del plan operativo del Área en este 2013 y de proyectar su imagen a través de las relaciones interpersonales, dando a conocer además este proyecto al resto de dependencias por medio de capacitaciones sobre la Intranet, la importancia y el buen uso del Manual y del Portafolio.

Objetivos específicos

- Realizar un diagnóstico del sitio web de la Universidad EAFIT, especialmente de la Intranet del área de Relaciones Públicas y Eventos, con el ánimo de generar contenidos que den cuenta de las orientaciones, cambios, procesos, políticas y actividades que allí se cumplen, logrando actualizar mensualmente la información y usándolo como herramienta dinámica de comunicación con el resto de dependencias de la Universidad.
- Actualizar el contenido y diseño del Manual de Protocolo impreso y virtual, según las necesidades del área de Relaciones Públicas y Eventos de la Universidad EAFIT, con el fin de guiar correctamente al resto de dependencias sobre el buen uso de éste y la importancia que tiene.
- Crear el Portafolio de Proveedores del área de Relaciones Públicas y Eventos, con la idea de organizar y seleccionar de manera asertiva cada dotador según el tipo de evento.

- Capacitar a los empleados de las dependencias de EAFIT a través de los diferentes medios de comunicación interna, en la propuesta de fortalecimiento del Área, dándoles a conocer la importancia del Portafolio de Proveedores, del Manual de Protocolo y del uso de la Intranet, como elementos fundamentales de información para el desarrollo de un evento en general.

Marco teórico

Para algunas personas pertenecientes a empresas públicas o privadas de Colombia, y en general para muchos individuos, las relaciones públicas y el protocolo son vistas como un trabajo acartonado, difícil de ejercer, que implica una ardua labor que complica el desarrollo de las actividades y a su vez las desordena. Pero es importante trabajar sobre este pensamiento colectivo y explicar por qué este instrumento de la sociedad es vital para comunicarse efectivamente con el otro, para darle orden a cada aspecto y para generar en los demás una buena imagen, ya sea de una persona o institución.

Desde la experiencia profesional como aprendiz del área de Relaciones Públicas y Eventos, considero que este ejercicio requiere de atención y de cuidado en cada detalle que se lleve a cabo, no sólo en la organización de los eventos, sino también en las relaciones que se establecen entre personas y organizaciones.

En el Departamento de Comunicación de EAFIT, existen tres grandes áreas: Información y Prensa, Comunicación Creativa y Relaciones Públicas y Eventos, todas ellas encargadas de proyectar de manera interna y externa las dinámicas académicas, investigativas, administrativas y de extensión de la Universidad; contribuyendo a la transformación cultural de los diferentes públicos, mediante la gestión de contenidos para los medios institucionales, la relación con la prensa, las relaciones públicas y los eventos, y las iniciativas de comunicación creativa.

El área de Relaciones Públicas, necesita tener presente algunos conceptos o ideas que permitan el desarrollo exitoso de su función, por eso la identidad y la imagen corporativa, además del conocimiento en los eventos y de sus funciones mismas, entre otros aspectos, son

vitales porque permiten profundizar en la labor diaria y asegurar que la gestión de la comunicación corporativa está orientada a estos conceptos.

La identidad corporativa, como manifestación física de marca

La identidad no se trata de un asunto de imagen o de percepción simplemente, sino de la emisión de un mensaje a través de la identidad cultural y visual, es decir que lo anterior converge en uno sólo para formar el ser y el hacer de una organización.

Según, Ana Belén Fernández Souto, en su publicación “La imagen corporativa en los ecosistemas comunicativos locales” del año 1999, “la identidad corporativa es aquella percepción que una organización tiene sobre sí misma. Resulta ser la suma de la historia y las estrategias de una empresa. Toda organización necesita tener una personalidad propia, esto es, un conjunto de características que la distinguen y que permitan reconocerla, diferenciándola de las demás” lo que podemos clasificar en dos cualidades aplicables a la Universidad EAFIT, vista como una organización.

- ❖ Rasgos físicos: elementos representativos como: la bandera, el logotipo, el escudo, el himno eafitense, los colores institucionales (amarillo y azul) aplicables a cada propuesta, la manera de dirigirse a otros en cartas o comunicados y de generar contenido a nombre de la institución, los cuales identifican a la Universidad y la diferencian de otras.
- ❖ Rasgos culturales: en EAFIT la excelencia, la tolerancia, la responsabilidad, la integridad y la audacia, son los valores que siempre deben tenerse en cuenta para darle esencia a la misión de la Institución. Además de conservar la religión católica y las creencias en Dios que conforman la personalidad cultural de EAFIT.

En definitiva, la identidad eafitense tiene un conjunto de características con las que se identifica como: su personal administrativo, sus directivos, estudiantes, egresados, la comunicación que se da entre ellos, sus otros comportamientos, los eventos o actos que allí se realizan, los bienes que ofrece la institución y demás actividades académicas y simbolismos con los cuales se proyecta ante sus públicos.

Con las señales de comunicación concretas como el logotipo de EAFIT “Universidad EAFIT abierta al mundo” se explica su función, nombre, marca registrada, línea gráfica y promesa, con la cual la Institución se muestra tal y como es, y lo que busca (visión).

Por tanto, para el Departamento de comunicación de EAFIT, la identidad corporativa es una pieza clave dentro de su trabajo diario, porque le permite adaptarse a los cambios que llevan a sus integrantes a realizar continuos estudios de imagen e investigación referente a lo que son, lo que ofrecen y cuál es su alcance como Dependencia. Tal y como lo menciona el Comunicador Social-Periodista, Pablo Antonio Múnera Uribe en su libro *Comunicación Empresarial, una mirada corporativa*, “Identidad se tiene, quierase o no, se construya o no, lo que no descarta, es más, siempre lo implica un componente variable, conceptual, cultural; una creación. Cultura y natura confluyen en la identidad”.

Considero además importante rescatar una frase del señor Cees Van Riel en su publicación *Comunicación Corporativa* de 1991, la cual expresa lo siguiente: “La identidad corporativa es la autopresentación de una organización; consiste en la información de las señales que ofrece una organización sobre sí misma, por medio del comportamiento, la comunicación y el simbolismo, que son sus formas de expresión”.

La imagen corporativa, una herramienta para comunicar

La imagen corporativa de la Universidad EAFIT es un elemento básico de comunicación porque le permite a los stakeholders o grupos de interés, la lectura de los signos de identidad que buscan siempre la excelencia, como uno de sus valores fundamentales.

La Institución considera necesaria la imagen, porque con ésta se puede identificar, hacerse conocer, mostrar quién es, cuáles son sus características, sus actividades y diferenciarse de las demás universidades no sólo de Colombia, sino del mundo. Gracias a la imagen corporativa, la Institución aplica su estrategia de diferenciación, competitividad y creación de valor.

Crear una imagen corporativa institucional, le permite a la Universidad EAFIT representarse mentalmente, es decir, comunicarse mejor con sus diferentes grupos, y esto lo hace a través de diversas acciones y herramientas. Su público objetivo, por ejemplo: estudiantes, padres de familia, docentes, administrativos, medios de comunicación, autoridades académicas y gubernamentales, entre otras, lo hacen detectando esto a través de los mensajes.

La imagen corporativa permite que EAFIT sea reconocida y que se le atribuyan los valores con los cuales se rige, como: la excelencia, la tolerancia, la responsabilidad, la integridad y la audacia.

La importancia que le concede la Institución a la imagen y a la comunicación corporativa es realmente significativa. Por ejemplo, el área de Relaciones Públicas y Eventos de EAFIT coordina actividades académicas, institucionales y demás para posicionar la imagen de la Universidad y mostrarla al mundo de una manera adecuada y real.

“La imagen corporativa, como percepción mental que tienen los diferentes públicos de la organización a través de todos los mensajes que proceden de ésta, puede resultar fundamental a la hora de comunicar determinadas sensaciones y/o percepciones a los distintos públicos de la institución, pero hay que tener en cuenta que el proceso de construcción y consolidación de una imagen corporativa eficaz lleva tiempo y resulta bastante costoso, no sólo en términos económicos, sino por cuanto uno de los principios básicos de la comunicación corporativa es que la institución debe hablar con una sola voz si desea que su mensaje sea percibido claramente. La imagen corporativa de la que hablamos y que constituye una de las principales apuestas que se realizan hoy día desde las instituciones, efectúa una serie de aportaciones que redundan en el mensaje y sus propios emisores. De hecho, una buena imagen corporativa: transmite notoriedad, prestigio y personalidad pública; sitúa socialmente su verdadera identidad; favorece estrategias de crecimiento y posibilita un manejo táctico de los mensajes”. Fernández Souto, Ana Belén. (1999). La imagen corporativa en los ecosistemas comunicativos locales. Recuperado el 30 de junio de 2013.

Como institución educativa, EAFIT ha logrado una correcta imagen en la mente de su público, una percepción real de lo que dice que es y lo que en realidad es.

Las Relaciones Públicas, función vital de EAFIT

En 1988 la PRSA (Public Relations Society of America) planteó lo siguiente: “Las Relaciones Públicas ayudan a una organización y a sus públicos a adaptarse mutuamente, uno al otro. Ayudan a que una organización, inmersa en una sociedad pluralista y compleja, alcance sus objetivos, tome decisiones efectivas y cumpla sus funciones mediante la contribución al

entendimiento mutuo entre grupos e instituciones. Las RRPP sirven para traer la armonía entre lo público y lo privado, entre una amplia variedad de instituciones en la sociedad”.

Nuestra área de Relaciones Públicas en EAFIT trabaja de la mano de otros departamentos, propiciando la creación de espacios de encuentro entre la organización y su público, por medio de los directivos, administrativos, docentes, grupos estudiantiles, entre otros, lo cual permite una conexión estrecha en donde todos están mutuamente interesados en generar ese tipo de vínculos y beneficiarse en ambos sentidos.

Tal y como lo menciona Pablo Antonio Múnera Uribe en su libro *Comunicación Empresarial, una mirada corporativa*, “Las RRPP ofrecen la posibilidad de concatenación con la cultura de la sociedad en la cual se inscribe. Representan un camino hacia la cultura por medio de productos y acciones propias de la misma. Por eso, son acción social de la organización y en ese sentido están llamadas a ofrecerle canales, métodos y esfuerzos por un serio conocimiento de la cultura en la cual se inscribe”.

Los eventos como promotores de la buena imagen corporativa

Los eventos forman parte esencial del trabajo de Relaciones Públicas en EAFIT, por eso dependen de una buena organización y una excelente convocatoria para ser exitosos.

La labor en este sentido y lo que jamás se puede olvidar en el momento de organizar un evento, es lo siguiente:

- Definición del evento: primero se analiza qué tipo de evento se va a realizar y qué dependencia u organización está a cargo del mismo para proceder a lo demás.
- Establecimiento de los objetivos: se conoce el fin del evento a realizar, es decir se mira qué se pretende obtener con cada uno para lograrlo de manera exitosa.

- Organización del equipo: se establece la producción y la logística del evento, es decir se mira de qué manera se distribuirá el equipo y de qué se hará responsable cada uno, con el ánimo de alivianar cargas y reducir tareas.
- Elección del lugar adecuado: de acuerdo a la magnitud del evento, se analiza el espacio y se determina que tan grande o pequeño se necesita el auditorio para su desarrollo. Por lo general se eligen espacios centrales y del conocimiento de la mayoría del público para evitar contratiempos.
- Selección de la fecha y la hora: de acuerdo a las necesidades y propósitos de cada dependencia y a las exigencias de los ponentes en cuanto al tiempo, se eligen este tipo de aspectos que permiten una mejor ubicación de los invitados.
- Difusión del mensaje: el área se encarga de redactar y enviar las invitaciones del evento a cada organización o persona a través de su base de datos.
- Presupuesto: se tienen en cuenta cada gasto que requieren los eventos con sus respectivos requerimientos (jardinera, agua, catering, músicos, suvenires y demás).
- Organización del espacio: esto permite ubicar elementos importantes, como: mesas, sillas, video beam, jardineras, banderas, vasos de agua, reservados, porta nombres o escaleras, pendones, micrófonos regalos corporativos, trofeos y demás piezas para dar contexto y usar el espacio de manera adecuada, permitiendo su buen desarrollo.
- Ayudas audiovisuales: dependiendo de los ponentes e invitados se necesitan en mayor cantidad estas ayudas que permiten la proyección de presentaciones, himnos, videos, entre otros al mismo tiempo, lo que requiere una breve capacitación del manejo de estas herramientas o ayuda de un técnico que sepa dominarlas.

- Elección del catering: esto se hace de acuerdo con el presupuesto y las necesidades de cada dependencia que requiere la comida y bebida para el evento. Algunos de los proveedores de EAFIT, son empresas o personas profesionales en este campo: Limona, Santa Mónica, Banquetes Amanda e Isabel Londoño.
- Registro del evento: aunque como área esta no es una responsabilidad propia, se recomienda a las dependencias organizadoras que lo hagan para llevar un registro y guardar una base de datos de quienes estén interesados en las actividades propuestas e invitarlos en una siguiente oportunidad.

Los eventos ocupan gran parte de la labor de esta Dependencia, por eso siempre se realizan los pasos mencionados anteriormente para evitar errores y cumplir a cabalidad con cada uno de ellos. A la Universidad asisten diariamente personas y autoridades importantes a nivel nacional e internacional, lo que genera un posicionamiento como un organizador de múltiples eventos de Medellín sobre todo en temas vinculados a la educación.

Metodología

En la realización de este proyecto de grado con enfoque cualitativo, se busca crear y aplicar una estrategia de fortalecimiento para que se consolide el área de Relaciones Públicas y Eventos de la Universidad EAFIT.

Para desarrollar esta táctica, se implementarán tres herramientas que lograrán consolidar esta idea. La primera de ellas es la revisión y actualización del Manual de Protocolo de la Universidad. La metodología utilizada para lograr este propósito, consiste en una previa revisión del mismo, en donde se analizan los pros y los contras de su contenido, se mira qué puede ser útil y qué puede descartarse de allí. Además, se evalúan diferentes manuales de protocolo de otras entidades públicas y privadas, con prelación en el de universidades nacionales e internacionales, todo esto, para confrontar similitudes y diferencias entre sí y actuar de manera adecuada respecto al cambio.

Tras una valoración del manual, se pone en común con el jefe y la asesora de práctica para designar los cambios respectivos y disponer de manera física y virtual el Manual de Protocolo de EAFIT para el resto de la comunidad universitaria.

La segunda herramienta que se utilizará para lograr esta propuesta de fortalecimiento, es la generación y actualización de contenido del área de Relaciones Públicas y Eventos en la Intranet del sitio web de EAFIT, para constituir su equipo de trabajo, sus labores y objetivos. Esto, se hace tras una evaluación previa del Departamento de Comunicación en general, comparándolo con otras dependencias de EAFIT y mirando qué contenido hace falta o debe actualizarse de manera inmediata. Se pasa la propuesta a la asistente de Relaciones Públicas y luego de ser corregida y analizada grupalmente, se monta al sitio web.

La última herramienta que se aplicará pero no la menos importante, será la creación del portafolio de proveedores para la Universidad, con el objetivo de tener un orden de quienes proveen diferentes productos utilizados en eventos y actividades programadas por el área. Se recopilarán en una lista, el nombre de empresas y personas encargadas de proveer mercancía para organizarlas de acuerdo al grado de importancia y posteriormente se ubicarán en el portafolio diseñado especialmente para esto.

Para culminar el proceso de fortalecimiento y permitir que este legado sea tangible y de relevancia para el área, es vital que los empleados del resto de dependencias de EAFIT que se relacionan y requieren de los servicios de Comunicación, se capaciten a través de los diferentes medios de comunicación interna y de nuestra asesoría directa, con el ánimo de acercarlos al contenido del Intranet y mostrarles tanto física como virtualmente, el Manual de Protocolo y el Portafolio de Proveedores, como elementos fundamentales de información para el desarrollo de un evento en general. Lo mencionado anteriormente se hará a través de capacitaciones programadas con los jefes o encargados de los eventos en las distintas dependencias de la Institución.

Resultados

Para hacer referencia a los resultados de manera más precisa, se partió de cada objetivo y su respectivo alcance en el desarrollo del proceso.

- En primer lugar, se realizó el diagnóstico del sitio web de la Universidad EAFIT, en especial de la Intranet del área de Relaciones Públicas y Eventos, y se logró generar nuevos contenidos que reflejaron las orientaciones, cambios, procesos, formatos, políticas y actividades que allí se cumplen. Esto permitió la actualización de la información y sirvió como herramienta dinámica de comunicación con el resto de dependencias de la Universidad. Los contenidos fueron aprobados por la asistente del Área luego de realizar algunos procesos de evaluación y previa corrección para finalmente ser actualizado en la web y hacer la difusión a la comunidad de este cambio a través del sitio web.

Las siguientes imágenes muestran el comparativo de cómo era antes la Intranet y cómo quedó tras la actualización.

Antes de la actualización

Ilustración 1 El área

Inicio / Gestión administrativa / Departamento de Comunicación /

Departamento de Comunicación

Área de Relaciones Públicas y Eventos



El objetivo del Área de Relaciones Públicas y Eventos del Departamento de Comunicación es generar un alto impacto en los públicos de interés de la Institución, a través de la coordinación estratégica de los eventos y las relaciones públicas.

Última modificación realizada el 02/07/2013 16:44 por [Bibiana Andrea Mona Giraldo](#)

El Área

Servicios

Procedimientos y formatos

Equipo de trabajo

Contacto

Contacto

Alejandra María Cárdenas Londoño
Asistente

Teléfono: (57) (4) 2619500 Ext. 9844
E-mail: acarden4@eafit.edu.co

Ilustración 2 Servicios

Inicio
Institucional ▾
Calidad ▾
Campus ▾
Noticias ▾
Gestión académica ▾
Gestión administrativa ▾
Bienestar y Cultura ▾
Servicios ▾

Inicio / Gestión administrativa / Departamento de Comunicación / Área de Relaciones Públicas y Eventos /

Área de Relaciones Públicas y Eventos

Servicios

Esta área, adscrita al Departamento de Comunicación, lidera diferentes procesos:

- Asesoría y acompañamiento en la realización de los eventos que programan las dependencias académicas y administrativas.
- Coordinación de los eventos institucionales.
- Atención y recepción de comisiones gubernamentales, diplomáticas y algunas académicas.
- Administración del material institucional, como brochure, folleto de servicios, mapas y vídeo.
- Administración de espacios para la realización de eventos y otras actividades, excepto los auditorios y los salones (las reservas son con Admisiones y Registros), el hall del bloque 38 y la plazoleta frente al Auditorio Fundadores (con el Área de Extensión Cultural).
- Identificación de posibles concursos en los que pueda participar la Universidad, como una manera de contribuir al posicionamiento de la imagen institucional.
- Coordinación de la presencia institucional en nombramientos, reconocimientos, aniversarios, felicitaciones y condolencias de entidades externas aliadas y público interno.

Última modificación realizada el 18/05/2013 15:01 por [Catalina Suarez Restrepo](#)

El Área

Servicios

Procedimientos y formatos

Equipo de trabajo

Contacto

Ilustración 3 Procedimientos y formatos

Inicio Institucional ▾ Calidad ▾ Campus ▾ Noticias ▾ Gestión académica ▾ Gestión administrativa ▾ Bienestar y Cultura ▾ Servicios ▾

Inicio / Gestión administrativa / Departamento de Comunicación / Área de Relaciones Públicas y Eventos /

Área de Relaciones Públicas y Eventos

Procedimientos y formatos

Políticas

- » Políticas y estrategias para el manejo de la información en los eventos institucionales
- » Políticas para proyección institucional desde las relaciones públicas y los eventos

Última modificación realizada el 20/05/2013 11:03 por [Luis Alejandro Cardenas Franco](#)

- El Área
- Servicios
- Procedimientos y formatos**
- Equipo de trabajo
- Contacto

Ilustración 4 Equipo de trabajo

Inicio / Gestión administrativa / Departamento de Comunicación / Área de Relaciones Públicas y Eventos /

Área de Relaciones Públicas y Eventos

Equipo de trabajo

Alejandra María Cárdenas Londoño

Asistente de Relaciones Públicas y Eventos
 Extensión: 9844
 E-mail: acarden4@eafit.edu.co

Sandra Janneth Valencia Arenas

Analista
 Extensión: 9008
 E-mail: svalenci@eafit.edu.co

María Adelaida Chaverra Restrepo

Auxiliar administrativa
 Extensión: 9528
 E-mail: machaver@eafit.edu.co

- El Área
- Servicios
- Procedimientos y formatos
- Equipo de trabajo**
- Contacto

Ilustración 5 Contacto

Área de relaciones públicas y eventos

Contacto

Alejandra María Cárdenas Londoño

Asistente de Relaciones Públicas y Eventos
Extensión: 9844
E-mail: acarden4@eafit.edu.co

Servicios
Procedimientos y formatos
Equipo de trabajo
Contacto

Nombre

Correo electrónico

Su comentario o solicitud

Después de la actualización

Ilustración 6 El Área

Departamento de Comunicación

Área de Relaciones Públicas y Eventos



El Área
Servicios
Procedimientos y formatos
Equipo de trabajo
Contacto

Contacto

Alejandra María
Cárdenas Londoño
Asistente
Teléfono: (57) (4) 2619500 Ext. 9844
E-mail: acarden4@eafit.edu.co

El objetivo del Área de Relaciones Públicas y Eventos del Departamento de Comunicación es generar un alto impacto en los públicos de interés de la Institución, a través de la coordinación estratégica de los eventos y las relaciones públicas.

El Área de Relaciones Públicas y Eventos de la Universidad está integrada por:

Ilustración 7 El Área

El objetivo del Área de Relaciones Públicas y Eventos del Departamento de Comunicación es generar un alto impacto en los públicos de interés de la Institución, a través de la coordinación estratégica de los eventos y las relaciones públicas.

El Área de Relaciones Públicas y Eventos de la Universidad está integrada por:

Alejandra María Cárdenas Londoño

Comunicadora social de la Universidad Pontificia Bolivariana. Asistente del Área de Relaciones Públicas y Eventos.

Julián Rodríguez Rojas

Comunicador social de la Universidad Luis Amigó y especialista en Mercadeo Gerencial de la Universidad de Medellín. Analista del Área de Relaciones Públicas y Eventos.

María Adelaida Chaverra Restrepo

Tecnóloga en Secretariado Ejecutivo de Inteco. Auxiliar administrativa del Área de Relaciones Públicas y Eventos.

Ilustración 8 Servicios

Área de Relaciones Públicas y Eventos

Servicios

Esta área, adscrita al Departamento de Comunicación, lidera diferentes procesos:

Asesoría y acompañamiento en la realización de los eventos que programan las dependencias académicas y administrativas de la Universidad

El Área de Relaciones Públicas y Eventos le brinda asesoría a las demás dependencias académicas y administrativas de la Universidad en la planeación y desarrollo de sus eventos con el fin de que estos se realicen de acuerdo a la impronta eafitense para continuar proyectado una buena imagen de la Institución. A través de este servicio el área ofrece información y facilita los recursos para que la planeación y ejecución de los eventos se realicen de manera fluida y organizada, articulando esfuerzos para adelantar un trabajo en sinergia que permita obtener mejores resultados.

Coordinación de los eventos institucionales

El Área de Relaciones Públicas y Eventos se encarga de planear y coordinar todos los eventos institucionales como ceremonias de graduación, actos de posesión, celebración de aniversarios, e inauguraciones, entre otros. A través de estos la Universidad busca fortalecer los vínculos con sus diferentes públicos de interés, comunicar su esencia y mejorar la proyección de la imagen institucional.



- El Área
- Servicios
- Procedimientos y formatos
- Equipo de trabajo
- Contacto

Ilustración 9 Servicios

Atención y recepción de comisiones gubernamentales, diplomáticas y académicas

El área coordina junto con algunas dependencias los aspectos protocolarios y logísticos que deban atenderse ante la visita de personas de gran importancia para la Institución, con el fin de proyectarles una buena imagen de la Universidad y fortalecer la relación con las mismas.

En estos casos no solo se tiene en consideración la impronta eafitense, sino también la cultura y costumbres de los visitantes, con el fin de que se sientan cómodos y bien acogidos durante su permanencia en el campus.

Para lo anterior es necesario coordinar la agenda de la visita y los temas que se abordarán, definir las personas que participan durante la misma, preparar la información institucional que se ofrecerá, y planear los aspectos logísticos y protocolarios.

Administración del material institucional

En el área se administran piezas como el brochure en inglés y en español, el folleto de servicios, el mapa del campus, el video institucional, y una presentación de la Universidad, con el fin de que las dependencias las tengan a su disposición para brindarle información a sus públicos de interés.

Estas piezas están disponibles para las visitas de alto impacto que llegan a la Institución o para que los directivos las entreguen durante sus viajes a sus interlocutores en otras ciudades y países.

Administración de espacios para la realización de eventos y otras actividades

La Universidad dispone de diversos espacios para la realización de actividades académicas, recreativas, y de promoción, entre otras. Algunos de estos son administrados por el Área de Relaciones Públicas y Eventos, con el fin de garantizar el uso apropiado de los mismos.

Ilustración 10 Servicios

Administración de espacios para la realización de eventos y otras actividades

La Universidad dispone de diversos espacios para la realización de actividades académicas, recreativas, y de promoción, entre otras. Algunos de estos son administrados por el Área de Relaciones Públicas y Eventos, con el fin de garantizar el uso apropiado de los mismos.

Identificación de posibles concursos en los que pueda participar la Universidad

Como una manera de contribuir al posicionamiento de la imagen institucional, desde el Área de Relaciones Públicas y Eventos se identifican los concursos en los que la Universidad puede participar, con el fin de contribuir de esa manera a mejorar el posicionamiento y reconocimiento de la Institución.

Coordinación de Relaciones Públicas

Para EAFIT es muy importante fortalecer su relación con los diferentes públicos de interés, debido a lo anterior se preocupa de manera permanente por hacer presencia institucional en los reconocimientos, nombramientos, aniversarios y situaciones de duelo de personas y empresas cercanas a la Universidad.

Ilustración 11 Procedimientos y formatos

Inicio Institucional Calidad Campus Noticias Gestión académica Gestión administrativa Bienestar y Cultura Servicios

Inicio / Gestión administrativa / Departamento de Comunicación / Área de Relaciones Públicas y Eventos /

Área de Relaciones Públicas y Eventos

Procedimientos y formatos

Políticas

- » Políticas para la atención de visitantes en restaurantes
- » Políticas para la utilización de espacios abiertos del campus por parte de las dependencias de la Institución y entidades externas
- » Políticas para el manejo del material institucional

Manuales

Manual de protocolo

Última modificación realizada el 28/01/2014 7:23 por [monitorasweb](#)

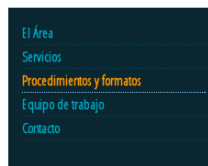


Ilustración 12 Procedimientos y formatos

Manual de protocolo

Recomendaciones para realizar un evento

La Universidad EAFIT se consolida cada vez más como un epicentro de eventos en la ciudad, de ahí la importancia de que estos se realicen bajo la impronta eafitense con un especial cuidado de cada uno de los detalles que contribuyen a alcanzar el objetivo de los mismos.

Por eso, a continuación se precisan algunas recomendaciones que permitirán que estos tengan un sello característico y se destaquen por su organización y sobriedad.

- Comenzar el proceso de planeación del evento con suficiente antelación para poder realizar cada una de las actividades en los tiempos previstos.
- Presupuestar todas las actividades y los recursos necesarios para la realización del evento.
- Conocer el público que se quiere invitar con el fin de plantear una estrategia de convocatoria acertada.
- Programar el evento en una fecha y horario apropiados que no coincidan con otras actividades.
- Ser puntuales al inicio, desarrollo y finalización del evento.
- Elegir el lugar de acuerdo al número de invitados y al formato del evento.
- Disponer de un equipo de trabajo que apoye las actividades de planeación y logística del evento.
- Realizar todos los requerimientos logísticos y la solicitud de apoyo en los tiempos establecidos por la Universidad.
- Realizar el montaje mínimo una hora antes del evento con el fin de hacer los ensayos pertinentes y garantizar que todo funcione bien.

Ilustración 13 Equipo de trabajo

Inicio / Gestión administrativa / Departamento de Comunicación / Área de Relaciones Públicas y Eventos /

Área de Relaciones Públicas y Eventos

Equipo de trabajo

Alejandra María Cárdenas Londoño

Asistente de Relaciones Públicas y Eventos
Extensión: 9844
E-mail: acarden4@eafit.edu.co

Julián Rodríguez Rojas

Analista
Extensión: 9008
E-mail: jrodr28@eafit.edu.co

María Adelaida Chaverra Restrepo

Auxiliar administrativa
Extensión: 9528
E-mail: machaver@eafit.edu.co

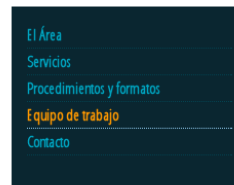


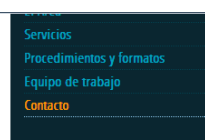
Ilustración 14 Contacto

Area de relaciones públicas y eventos

Contacto

Alejandra María Cárdenas Londoño

Asistente de Relaciones Públicas y Eventos
Extensión: 9844
E-mail: acarden4@eafit.edu.co



Nombre

Correo electrónico

Su comentario o solicitud

- El Manual de Protocolo se actualizó y cambió en grandes aspectos, debido a que su contenido era denso y poco práctico para quienes acudían a él. En éste, quedaron adjuntos los aspectos más relevantes e importantes para la Universidad en cuanto al Protocolo y su adecuado uso. Además se logró imprimir y se subió a la red de manera práctica para facilitarle a los usuarios su uso y guiarlos correctamente sobre el buen uso de éste y la importancia que tiene.

La actualización de esta herramienta, comenzó con un análisis previo de diferentes manuales de otras universidades del país y del mundo; todo esto con el ánimo de encontrar diferencias y similitudes que permitieran hallar los aspectos claves o estratégicos para la actualización del contenido.

Además de la comparación con otros manuales de protocolo, se analizó párrafo por párrafo la información contenida y se evaluó lo que podía permanecer y lo que se podía descartar de allí. Al encontrarse resultados y nuevos conceptos, se incluyeron de manera inmediata vinculándolos con lo que ya había dentro de la redacción para pasar la nueva propuesta a la analista del Área. Tras su revisión, se pusieron en común varias ideas con el grupo y finalmente se concretó el nuevo Manual de Protocolo de la Universidad EAFIT, el cual fue diseñado por otra de las áreas de Comunicación y se publicó de manera virtual e impresa.

- Se consolidó el Portafolio de Proveedores del área de Relaciones Públicas y Eventos, de manera organizada y se dividió en aspectos como: alimentación, mobiliario, logística, regalos y otros (ambientación, traducciones y demás) con el fin de tener cada proveedor en un lugar respectivo y encontrarlos con facilidad según el tipo de evento. Además se actualizó completamente la base de datos de cada empresa la cual contenía: tipo de

producto o servicio, identificación o NIT, proveedor, ciudad, sector, dirección, página web, empresario, contacto directo para eventos, teléfono, celular, correo electrónico, observaciones referentes a los servicios que prestan a EAFIT y finalmente el nombre de la persona con la cual se habló para realizar la actualización de datos. Tras realizar este proceso, se continuó con las llamadas a algunos de los proveedores nuevos para analizar unas muestras y seleccionar los mejores e incluirlos dentro del nuevo portafolio.

- La capacitación a los empleados de las dependencias de EAFIT se ha realizado de manera virtual, ubicando información básica y útil de la organización de eventos, sus materiales y espacios respectivos en la Intranet. Por ejemplo en la sección que había de políticas, se modificó absolutamente todo, puesto que se borraron las anteriores y se incluyeron las siguientes:

-Políticas para la atención de visitantes en restaurantes

-Políticas para el manejo del material institucional

-Políticas para utilización de espacios abiertos del campus por parte de las dependencias de la Institución y entidades externas

También se ha capacitado de manera individual a integrantes del CEC (Centro de Educación Continua) con casos puntuales que les sirven de ejemplo a la hora de actuar, se les dieron tips y recomendaciones para realizar un evento. Todo esto ha sido un proceso complejo, puesto que es difícil encontrar los horarios y coordinar las actividades. En un futuro se piensan hacer capacitaciones de carácter grupal para fortalecer tanto el Área como las demás dependencias de la Universidad.

- Aunque esta actividad no formaba parte de los objetivos iniciales, fue un trabajo adicional que surgió dentro del proceso de práctica y que se consideró necesario para mantener las

relaciones entre los empleados administrativos. Se consolidó un directorio del Consejo Superior y del Comité Rectoral de la Universidad EAFIT, en donde cada integrante aparecía con su respectiva foto, nombre, título profesional, cargo en la Universidad, cargo en otra empresa, teléfono y correo.

Lo anterior, se realizó a través de una base de datos en la cual se llamaba personalmente a cada integrante y se le hacían las preguntas respectivas para organizar el directorio con información actual y verídica. También se realizó el proceso de selección de las fotos, las cuales debían tener fondos naturales y llamativos ante la vista de los usuarios. No todas las fotos de los integrantes del Consejo y del Comité estaban actualizadas, entonces se procedió a citarlos en una mañana completa para hacer las fotografías y lograr que se viera unificado el directorio; el cual facilitó la visualización de quienes debían acceder a información confidencial y gracias a su buen diseño, contenido y confiabilidad en los datos ha sido seguro para quienes acuden a él.

Conclusiones

Las conclusiones, son derivadas gracias a la búsqueda de información y a la experiencia obtenida durante el proceso de práctica.

- La comunicación organizacional llevada a cabo dentro de la Universidad EAFIT, en general es muy estructurada y organizada. Las tres áreas que conforman la dependencia como tal, integran un grupo que permite que la información circule dentro y fuera de la Institución, generando una buena reputación y recordación en sus diferentes públicos.
- Respecto al área de Relaciones Públicas y Eventos, se encuentran varios aspectos positivos; entre ellos, la facilidad para contar con los espacios y el material necesario para el desarrollo de eventos académicos e institucionales.
- El Manual de Protocolo, es de gran importancia para cualquier empresa o institución académica, puesto que permite el conocimiento y la ejecución de aspectos importantes que deben ser tenidos en cuenta a la hora de realizar algún evento o actividad que requiera de mayor cuidado.

El Manual permite marcar la diferencia con el resto de universidades porque tiene un sello propio que lo caracteriza. Éste, también contribuye al liderazgo, genera confianza en quienes acuden a él y reitera el compromiso con la calidad y la excelencia eafitense.

- La importancia de la Intranet, radica en ser una herramienta digital, disponible para los usuarios administrativos que permite que se informen acerca de diferentes temas y noticias del día a día que marcan la vida de la Universidad.

- El área de Relaciones Públicas se encarga de coordinar la planeación y ejecución de cada uno de los eventos académicos e institucionales de la Universidad EAFIT. Es por ello, que el éxito de estas actividades depende directamente del buen manejo de sus integrantes y la coordinación de los mismos como equipo de trabajo.
- En algunas ocasiones, el trabajo o las actividades encomendadas se tornaron difíciles de realizar debido a la búsqueda de la información que era escasa y generaba reprocesos. La solución que se le dio a la misma, fue conseguir más de una fuente para luego contrastar la información y encontrar la verdad. En cuanto a los reprocesos, se tomaron medidas de comunicación y una mayor explicación a la hora de sugerir un trabajo para tener resultados eficaces.
- Los diferentes medios de comunicación interna de EAFIT son útiles y permiten no sólo a empleados sino también a estudiantes interactuar y formar parte de la academia. La calidad y difusión de la información acerca de eventos y demás actividades que circula dentro de la Universidad, es excelente.
- EAFIT, más que una Universidad que presta sus servicios a estudiantes, es una empresa que dispone de excelentes instrumentos para crecer y ser epicentro de importantes encuentros con entes nacionales e internacionales.

Es por eso, que gracias a la actualización y la creación de nuevas herramientas por parte del área de Relaciones Públicas y Eventos como el Manual de Protocolo, el Directorio, la Intranet y el Portafolio de proveedores se guió y acompañó al resto de áreas de la Universidad, las cuales adquirieron nuevo conocimiento y afianzaron su aprendizaje.

Recomendaciones

Las recomendaciones, parten de la observación y la vivencia en cada uno de los procesos que se llevan a cabo a diario en la Universidad EAFIT con el ánimo de mejorar las falencias.

- Herramientas como el Manual de Protocolo, la Intranet y el Portafolio de proveedores deben ser revisados y actualizados con mayor frecuencia, debido a que pierden fuerza e importancia para el resto de la comunidad eafitense.

El Manual debe conservar su esencia en cuanto a las normas protocolarias pero es importante estar atentos y actualizados sobre lo que surge en el mundo de las Relaciones Públicas. Además se deben cambiar los nombres de personas o información que puedan alterar el contenido inicial.

- Por su parte, la Intranet al jugar un papel importante dentro de la difusión de la información, debe ser revisada constantemente para actualizar cifras, datos, formatos o nombres de los integrantes que ya no hagan parte del Área. Esto, con el ánimo de presentarle a la comunidad eafitense una información actual y verídica. En un futuro, sería bueno incluir una especie de banner o galería de fotos que refleje el evento más importante del mes y muestre su planeación y ejecución para darle a entender a las personas la necesidad de organizar bien un evento a través de las imágenes.
- El Portafolio de proveedores al ser una herramienta de uso constante siempre debe tener actualizada su base de datos y debe conseguir nuevas empresas que presenten sus ofertas a través de muestras y pequeñas entrevistas en donde se den a conocer con profundidad. Es importante que este Portafolio continúe

organizado o dividido en secciones porque esto ayuda a encontrar con facilidad a uno u otro proveedor dependiendo del evento.

- El trabajo en equipo es una ficha clave para el funcionamiento de las tareas diarias, es por eso que se deben continuar delegando las funciones a cada integrante del grupo para triunfar en cada evento realizado.
- La asistencia del público a los eventos es importante dentro del éxito de los mismos, tarea que corresponde al Área como tal. Es por esto, que se recomienda buscar una estrategia de carácter académico para incrementar la presencia de estudiantes o realizar eventos de importancia global y general que permitan que los auditorios se llenen y los participantes estén activos todo el tiempo.
- Es vital que se lleven a cabo capacitaciones o espacios de aprendizaje para quienes conforman el Área, puesto que el estar actualizados de lo que sucede en su entorno permite actuar con mayor confianza y seguridad. Se recomiendan capacitaciones en: protocolo, organización de eventos, diplomacia, relaciones internacionales, reputación, habilidades gerenciales, comunicación gerencial, etiqueta, coaching, responsabilidad social, dirección y gestión de las Relaciones Públicas, entre otros.
- Es una buena idea que en el área de RRPP le den la oportunidad a los jóvenes estudiantes de la Universidad para que lleven a cabo sus monitorías y apoyen el Área como tal. Esta recomendación es muy importante porque sirve para fortalecer al grupo y directamente a los integrantes del Área que están todo el tiempo con trabajo y cantidad de actividades por desarrollar.

- La validación de los manuales de identidad visual y de estilo es importante hacerla para confrontar datos y características que quizás ya no estén vigentes. Los tres manuales de comunicación deben trabajar de la mano y crear una estrategia de unificación en la información, con el ánimo de no contradecirse entre uno y otro siendo de la misma Dependencia.
- Se debe poner en uso el directorio del Consejo Superior y Directivo para facilitar la comunicación dentro de la organización por medio de un enlace web que permita su visualización y se pueda ingresar a través de un usuario y una contraseña al igual que en el directorio telefónico institucional.
- Para el buen desarrollo de los eventos, es necesario que los actores involucrados conozcan muy bien su rol. Por este motivo, se sugiere la elaboración de un manual de funciones y procedimientos del Área, lo cual contribuirá ostensiblemente en la eficiencia y productividad.

Referencias

Fernández Souto, Ana Belén. (1999). *La imagen corporativa en los ecosistemas comunicativos locales*. Recuperado de <https://www.google.com.co/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&ved=0ccsqfjaa&url=http%3a%2f%2fwebs.uvigo.es%2fabfsouto%2fidentidad%2520corporativa.doc&ei=ccbyuuv-gsi1kqf76icwgc&usg=afqjcnfqc9edw2wnpdun4q3vzyqvnmla&sig2=xy-wg9vuuusqlg3huynmwig>

Van Riel, Cees. (1991). *La Comunicación Corporativa*. Recuperado de <http://leticiaguzmanuence.wordpress.com/2012/10/28/comunicacion-corporativa-cees-van-riel-capitulos-1-2-4-5-6/>

Múnera Uribe, Pablo Antonio & Sánchez Zuluaga, Uriel Hernando. (2003). *Comunicación empresarial una mirada corporativa*. Medellín: Editorial Zuluaga.

Múnera Uribe, Pablo Antonio. (2005). *El comunicador corporativo: entre la teoría y la práctica*. Medellín: Editorial Zuluaga.