

**PROYECTO DE GRADO**

**Análisis de la percepción de estudiantes, egresados y docentes en el marco de la autoevaluación de procesos de gestión y organización de la comunicación e información en el Programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena**

Por

MARCOS AURELIO MARTÍNEZ PÓRTELA

MARIANA MARTÍNEZ CAUSIL

DARWIN ECHEVERRY AGUDELO

Tutor(a)

Zayda Ardila Carrillo

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y EDUCACIÓN**

**PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

**UNIVERSIDAD DE CARTAGENA**

**2021**

**ÍNDICE DE CONTENIDO**

INTRODUCCIÓN	5
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	7
1.1 Formulación del problema	11
2. JUSTIFICACIÓN	12
3. OBJETIVOS	14
3.1 General	14
3.2 Específicos	14
4. MARCO CONCEPTUAL	15
4.1 Marco teórico	15
5. MARCO LEGAL	20
6. DISEÑO METODOLÓGICO	22
6.1 Metodología	22
6.2 Enfoque	22
6.3 Modalidad de investigación	22
6.4 Investigación documental o bibliográfica	22
6.5 Investigación de campo	22
6.6 Tipo de investigación	23
6.7 Población	23
6.8 Ubicación geográfica	23
6.9 Muestra	24

6.10	Recolección de Datos	24
6.11	Metodología para el alcance de objetivos	25
6.12	Operacionalización de variables	26
7.	INSTRUMENTO	28
7.1	Diseño de la encuesta	28
8.	RESULTADO DE LA INVESTIGACIÓN	43
9.	CONCLUSIÓN	45
10.	RECOMENDACIONES	47
11.	BIBLIOGRAFÍA	48
12.	ANEXOS	49

## ÍNDICE DE GRÁFICA

Gráfica 1	29
Gráfica 2	30
Gráfica 3	31
Gráfica 4	32
Gráfica 5	33
Gráfica 6	34
Gráfica 7	35
Gráfica 8	36
Gráfica 9	37
Gráfica 10	38
Gráfica 11	39
Gráfica 12	40
Gráfica 13	41
Gráfica 14	42

## INTRODUCCIÓN

Las autoevaluaciones son fundamentales para conocer la percepción que tienen los integrantes de la entidad en la que se está desarrollando dicha evaluación, para así tener unas nociones más claras del funcionamiento interno y del nivel de satisfacción que tienen los estudiantes, egresados y docentes.

Una autoevaluación es un proceso a través del cual se recoge y se interpreta, formal y sistemáticamente, información pertinente sobre un programa educativo, se producen juicios de valor a partir de esa información y se toman decisiones conducentes a mantener, proyectar, mejorar, revisar, ajustar, reformar o eliminar elementos del programa o de su totalidad. (Abreu et al. 2009, p. 15)

La percepción que se tiene de una entidad, institución o de cualquier lugar, influye mucho en nuestra forma de interactuar con estos establecimientos en un momento determinado, siendo la percepción y la reputación un determinante al buscar los servicios que ofrecen.

La Universidad de Cartagena, realiza una autoevaluación a los diferentes programas ofertados para conocer la calidad que brinda a la comunidad académica y demás entes institucionales, para así mismo, conocer el nivel de satisfacción de estos con los programas. Esta percepción es influyente para que personas ajenas a la institución se interesen en los servicios que oferta la universidad y poder reafirmar la confianza en esta entidad, conociéndose qué tan positivas o negativas llegan a ser los resultados de estas autoevaluaciones.

La caracterización o personalización de la comunicación, puede significar un gran cambio en la proyección de desarrollo, por tal razón, que la universidad conozca los resultados de sus autoevaluaciones ayudará a potenciar la estructura comunicativa con la entidad, según como se analice la información.

La elaboración de esta investigación ha sido gracias a la cohesión de textos documentales y bibliográficos que nos ayudaron a comprender las ideas principales y a desarrollar encuentro con la razón de ser de una investigación, que es la adquisición de información que ayude a mejorar y reforzar los procesos de una organización; complementario a estos registros de documento, la realización y el análisis de la encuesta fue esencial para comprender y dar posibles pasos a la evolución de los procesos fundamentales en el Programa de Comunicación Social, en este caso se buscó conocer la percepción de su población objetiva, para lograr de ella conocimiento y así reforzar, formar y modificar actitudes haciendo que sus propios procesos sean dinámico y flexible, para la innovación académica.

Los resultados presentados muestran una variación que se maneja de manera positiva, con un problema en común que plantean tanto los egresados, docentes como la comunidad estudiantil que es más inclusión y distribución del conocimiento en las diferentes áreas, siendo incluyente con las personas que tienen alguna discapacidad.

## 1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

- **El inicio de la percepción en una organización**

Las organizaciones públicas y privadas de la actualidad, necesitan adaptarse a los cambios que se van generando en la sociedad y en el desarrollo de las nuevas formas de comunicación, para que así se reconozcan los procesos de interlocución con el mundo. El avance de la tecnología, ha traído consigo nuevos retos comunicativos, induciendo a las organizaciones a interactuar con sus clientes de manera directa, rápida y precisa.

La percepción de una organización se refleja en la forma de comunicar su información a su personal laboral, los funcionarios deben comprender los objetivos de la compañía, porque ellos serán los encargados de enfrentar los retos de la empresa y sus procesos, por lo que se convierten en el motor que necesitan las empresas para crear las vías de comunicación e interacción con sus usuarios, en un mundo que exige la resolución de sus necesidades cada vez más rápidas, en el que la inmediatez, ajustada a la calidad de la información es lo fundamental.

En las organizaciones actuales, día con día se resalta la imperante necesidad de la comunicación y de integrarla en sus planes y procesos productivos, ya que es el eje estratégico en el cual gira la dinámica organizacional. La importancia de este proceso consiste en que permite la transferencia de información de una a otra persona, de un área de la organización a otra, posibilitando el compartir e intercambiar ideas y opiniones con el objeto de mejorar la ejecución de las distintas actividades necesarias para el funcionamiento productivo de la organización. (Soria Romo, 2008, pág. 11)

El uso de las plataformas modernas para la comunicación, como páginas web, redes sociales, aplicaciones y aplicativos que faciliten la integración a la empresa, son mayormente importantes para la gestión, administración y el control de la información, de esta manera se convierten en un fundamento de vigilancia reputacional.

La gestión y administración de los datos es un proceso minucioso, que vuelve la información el punto rector de la empresa y a las decisiones que se hagan efectivas, afectando en gran medida el comportamiento cotidiano de la compañía, por lo que la información a transmitir debe ser seleccionada y asertiva, en búsqueda de procedimientos que favorezcan los procesos de evaluación y mejoramiento integral de la institución.

En el planteamiento de estos nuevos retos comunicativos, se debe resaltar la calidad de la información, con prácticas que faciliten una mejor percepción de la entidad y la apuesta por un buen liderazgo corporativo y comunicacional, además, se presenten proyectos excepcionales con valor informativo, que medios de comunicación recojan en sus parrillas. De igual manera, la tecnología es una herramienta que impulsa la influencia de las marcas, para que lleguen con mayor expectativa al usuario, que al final, es este en gran medida el encargado de concretar el éxito de dicha organización, por lo que el seguimiento a los procesos de comunicación interna es fundamental para la creación de las proyecciones presentes y futuras.

Es fundamental tener buenos mecanismos de participación interna, el empleado, debe recibir la información segmentada, que fortalezca aquellos puntos de valor estratégico para la compañía, que impacten la transformación del pensamiento en aquellas innovaciones que requiere la empresa, impactando la productividad, gestión y administración, que a su vez causa un efecto directo en la percepción. Es importante estar haciéndose preguntas como, ¿Qué tan eficaz está siendo la empresa en sus prácticas comunicativas?, ¿Cómo influencia la publicidad en el interior de la compañía primeramente?, ¿Cómo los motiva?, ¿Cómo fomentar la innovación? Básicamente para un buen desarrollo del ambiente de trabajo y apego de las políticas de la organización a su visión y misión.



Los canales de comunicación son determinantes en la consecución de los objetivos y se necesita la formalidad de los mismos para evitar la pérdida y distorsión de la información. La forma en que la organización se estructura determinara la facilidad y la disponibilidad con la que ciertos miembros transmiten la información. (Díaz Pérez & Guzmán Góngora, 2014, pág. 27)

Para el ser humano llevar sus actividades diarias de comunicación y de adquisición de conocimiento necesita experimentar ideas nuevas, el estar actualizado y tener practicas adecuadas en el manejo de la información, es fundamental. El mismo proceso se aplica a una persona jurídica, porque la gestión y la administración de la información se llevará por su personal, empleado, que como se entenderá son seres humanos, que se pueden adaptar u orientar del protocolo de comunicación de la empresa.

Las empresas e instituciones tienen necesidad de una información a medida, pertinente, práctica y útil. Convirtiéndose de esta manera en un recurso esencial e imprescindible, no sólo desde la famosa máxima de “la información es poder”, sino desde la convicción de que sin ella es imposible realizar ninguna tarea mínimamente válida. La información es un recurso, un bien capaz de generar un valor determinado cuando aumenta su papel en aquello que puede afectar a las organizaciones y cuando incide en la acertada toma de decisiones. (Gómez Aguilar, 2007, pág. 11)

En relación con la gestión de la comunicación, puede afirmarse de una forma esquemática, que para quienes siguen un enfoque administrativo/organizacional, se reduciría a una función de planeación, gerencia y control de una actividad específica, con métodos muy definidos para cada uno de los procesos. Tratando de sistematizar e integrar como tal la formulación de políticas a diferentes niveles, normas, estrategias y procesos para el manejo y desenvolvimiento de cualquier situación que acontezca dentro del mismo medio o empresa.

Si bien, la información es esencial, para tomar decisiones acertadas, esperar una imagen completa de los datos para formular una estrategia, demorará innecesariamente la

respuesta y la atención. Los ejemplos de organizaciones que responden demasiado pronto con información incorrecta o que no responden con la suficiente rapidez, tienden a alimentar los posteriores desastres de relaciones públicas. Por lo que la capacidad de una empresa para reaccionar rápida y adecuadamente depende de tener acceso a la información correcta en el momento adecuado.

Es este el momento cuando cobra sentido el tener mecanismos de autoevaluación y auditoría que respondan a los desafíos institucionales que alerten de las posibles interrupciones en la comunicación entre los diferentes interlocutores; por lo que se hace indispensable analizar la percepción de estudiantes, docentes y egresados del Programa de Comunicación de la Universidad de Cartagena.

**En el marco de la autoevaluación, se analizará el manejo de los procesos comunicacionales en el Programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena, para conocer:**

- El índice de disponibilidad de la información, implementar políticas de regulación, calidad de los medios y nivel de preparación.
- **La importancia de manejar información actualizada de hechos que vinculen a la universidad:** demuestra el interés en ser competitiva ofreciendo primicias rentables en un mundo globalizado.
- **Los medios de comunicación entre sus secciones deben tener planes estratégicos de comunicación:** Es fundamental frente al hecho de que cada colaborador debe entender y comprender el contexto de la situación y los pasos a seguir dentro del programa.
- **Impacto interno de un buen fundamento comunicacional, para los procesos de una entidad con respecto a sus usuarios:** Es necesario estar encaminado en proyectos sólidos comprensibles, que se puedan asimilar como modelos de interacción, conociendo forma y fondo.

## 1.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Teniendo como referencia los procesos de autoevaluación, surge entonces la siguiente pregunta problematizadora, que orienta el presente trabajo de investigación:

¿Cuál es la percepción de estudiantes, egresados y docentes en relación a la comunicación de la información en el Programa de Comunicación Social de la Universidad?

A partir de esta inquietud, surgen varias preguntas que permitirán resolver aspectos puntuales de la percepción de los estudiantes, egresados y docentes con respecto al Programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena.

- ¿Cuál es el proceso de gestión de la comunicación interna del Programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena?
- ¿Cómo se definen los procesos de administración, gestión, comunicación, de la información en el Programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena?
- ¿Cuál es el impacto comunicacional del Programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena en estudiantes, egresados y docentes?

## 2. JUSTIFICACIÓN

Investigamos la percepción de estudiantes, egresados y docentes del Programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena en el marco del proceso de autoevaluación con el fin de conocer y analizar las formas en la que nuestros sujetos de prueba perciben al programa. Estas opiniones son imprescindibles para la evolución del programa y, por ende, de la universidad.

Este proyecto pretende ayudar a identificar las causas de la percepción que tienen la mayoría de estudiantes y, a su vez, dar claridad en diferentes parámetros; por ejemplo, que se debería tener en cuenta para poder mejorar el programa y cuáles serían los puntos en los que se deben hacer énfasis para mejorar la calidad del programa.

Las redes sociales son un medio aliado para la difusión de los resultados de estas evaluaciones al público objetivo y de estas poder obtener conocimientos de lo que realmente le importa a la comunidad según los resultados obtenidos. Las diferentes vías de comunicación y difusión modernas, tienen mayor alcance para la comunidad en general, pero que muchas veces se dejan en el descuido u olvido por parte de las empresas.

Con la pandemia del coronavirus las empresas e instituciones han llegado a tener las redes sociales como un gran método de difusión para dar a conocer información de forma masiva, así como plataformas que anteriormente se tenían descuidadas pero que han adquirido una mayor visibilidad a causa de dicha pandemia.

Es importante la realización de esta investigación, ya que estamos resaltando los diferentes medios masivos y herramientas que existen para una mayor difusión sobre la información que se comparte y dar a conocer más las plataformas ya existentes que tiene la universidad como lo son: Comunicadores UdeC, UdeC Radio y las distintas plataformas digitales que tiene la Universidad de Cartagena. Así mismo, apoyará los procesos de

acreditación con fines de alta calidad tanto para el Programa de Comunicación Social como para la Universidad de Cartagena ante el Ministerio de Educación Nacional y la comunidad en general. Esta investigación permitirá también facilitar mecanismos de acercamiento de información por parte de los actores claves, los cuáles son profesores, estudiantes y egresados del Programa de Comunicación Social.

Con la realización de esta indagación, pretendemos mostrar que tener prácticas efectivas de comunicación interna en el Programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena, se pueden fomentar nuevas maneras de brindar mejores experiencias a los actores clave y así aumentar la percepción positiva que tienen estos de la universidad, logrando el crecimiento del programa y la universidad, para interesar a posibles aspirantes a adquirir los servicios que brinda la institución.

### **3. OBJETIVOS**

#### **3.1 General**

Analizar la percepción de estudiantes, egresados, docentes de los procesos de gestión, administración y organización de la comunicación e información en el Programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena

#### **3.2 Específicos**

- Identificar la incidencia que tienen los procesos de gestión y organización de la información y la comunicación en los estudiantes, egresados y docentes en el Programa de Comunicación Social.
- Caracterizar los procesos de administración de la información en el Programa de Comunicación Social.

## 4. MARCO CONCEPTUAL

### 4.1 Marco teórico

- **Comunicación Estratégica**

Las decisiones estratégicas determinan el rumbo futuro y la posición competitiva de una empresa e institución durante mucho tiempo. La estrategia puede definirse como la formulación, ejecución y evaluación de acciones que permitirán que una organización logre sus objetivos.

La formulación de las estrategias incluye la identificación de las debilidades y fortalezas internas de una organización, la determinación de las oportunidades y amenazas externas, el establecimiento de misiones de la empresa, la fijación de objetivos, el desarrollo de estrategias alternativas, el análisis de dichas alternativas y la decisión de cuales escoger. (Landeró, 2006, pág. 14)

Por lo que se puede entender que una organización también está determinada por su entorno y lugar; estos mismos enfrentarán el crecimiento de la institución, de igual forma el desarrollo de medidas que contrarresten los desequilibrio de algunas áreas que puedan dar lugar a que las decisiones futuras estén comprometidas con una eficiencia en el uso estratégico de sus sistemas de información, por eso en todas estas informaciones y estrategias se encuentra la importancia que se le preste a la gestión de los datos.

La innovación tecnológica ha roto paradigmas a la hora de comunicar o de llegar al cliente final. Hay varias formas de comunicar, se puede hacer mirando la tecnología como en creación de estrategias en las redes sociales, sino también en aquellas cosas que son visuales al transeúnte como la arquitectura y todos los medios sensoriales que comunica un código al espectador; la eficacia al comunicar lo mismo, todos tienen funciones distintas al momento de difundir una información. Las cuales son útiles para la difusión y conocimiento informativo.

- **Comunicación en la organización**

En la comunicación suceden cambios interesantes y esto se nota entre los que interactúan en ella, lo que experimentan estos ciclos facultan la innovación del pensamiento, reflejado en métodos organizativos y por razones de estructuración en el individuo también será impactada toda la información sensible. Es por eso que se recurre al método autoevaluativo.

La evaluación de la calidad en el campo de la acreditación en Colombia implica un ejercicio complejo que, aunque se apoya en algunos referentes cuantitativos, no puede renunciar a su carácter interpretativo. El proceso seguido por el CNA (Consejo Nacional de la Acreditación) es hermenéutico, en tanto interpreta el sentido que tiene un hecho en un contexto institucional y social específico. Al ser adoptado por el Estado y la sociedad, el juicio del Consejo Nacional de la Acreditación, apoyado en la autoevaluación y el concepto de los pares académicos, se constituye en un reconocimiento público de que una institución o programa está cumpliendo su misión con altos niveles de calidad en los ámbitos educativos de la Universidad.

La administración de la información y en especial la que se gestiona en una organización determinando el impacto y la importancia que genera en sus bases organizativas. Empezaron a implementar métodos de comunicación, ha desarrollado diferentes mecanismos para la circulación del conocimiento y el cuestionamiento de las ideas primarias, tales como: Dónde, Qué, Cómo, Cuándo y por qué. A continuación, veremos cómo el uso de comunicar la información precisa, articula el éxito de una organización.



- **El concepto de calidad en la educación superior**

El concepto de calidad aplicado al bien público de la educación superior hace referencia a la síntesis de factores, que teniendo en cuenta la identidad institucional, permiten evaluar, en un tiempo determinado, cómo las instituciones o los programas logran los resultados de aprendizaje de los estudiantes y si contribuyen con el desarrollo de los territorios y del país. Lo anterior sobre la base de dinámicas de autorregulación y en comparación con los referentes de evaluación reconocidos.

La evaluación es una herramienta fundamental para mejorar la calidad de la educación, es entendida como un proceso integral, dialógico y formativo. Integral en tanto que abarca todos los elementos que conforman el sistema de evaluación: los procesos de enseñanza, los aprendizajes, los medios utilizados, los sujetos, los ambientes: físicos, sociales, familiares y ambientales, las políticas educativas, la gestión de la Secretaría de Educación, las investigaciones e innovaciones educativas, pedagógicas y didácticas. Enfrentándose a un constante cambio, los métodos usados hoy puede que mañana queden obsoletos; por lo que estar pendiente de estos cambios es importante en una institución.

Entonces aparece la autoevaluación como la posibilidad de que el estudiante se enfrente, desde su criticidad, con su proceso cognitivo. La utilización de la coevaluación tiene como propósito hacer que los compañeros de curso participen del proceso mediante el aporte que puedan hacer, a partir de visualizar las manifestaciones que señalan la marcha de dicho proceso. (Galarza & Páramo, 2015, pág. 48)

Es ahí donde el papel de cada estudiante juega bajo su propio criterio, o bajo la influencia de quien haya sido el moderador de la educación u orientación del sí como estudiante para tener la capacidad suficiente de sentir que puede evaluar su propia formación.

Esta forma de evaluación, complementaria de la anterior, es la evaluación mutua que se hacen los integrantes de un grupo. Ésta es, por ejemplo, la evaluación que realizan los miembros de la comunidad educativa entre sí en la evaluación institucional, los estudiantes entre sí en el proceso de evaluación de logros, los estudiantes y los docentes para determinar los logros y avances y programar actividades, y los docentes entre sí, en la evaluación de los procesos pedagógicos. (Salazar, 2016, pág. 56)

Esta forma tiene por meta involucrar a los estudiantes en la evaluación de los aprendizajes y proporcionar retroalimentación a sus compañeros y, por tanto, ser un factor para la mejora de la calidad del aprendizaje. El uso de la coevaluación anima a que los estudiantes se sientan parte de una comunidad de aprendizaje e invita a que participen en los aspectos claves del proceso educativo, haciendo juicios críticos acerca del trabajo.

La autoevaluación es una práctica visible en todos los fenómenos educativos y hace parte del desarrollo en los diferentes ámbitos. Se asume como práctica en el sentido de ser una actividad que se desarrolla siguiendo unos usos, que tiene múltiples funciones, múltiples formas de realizarla con diferentes actores y enfocada hacia diferentes objetos, entre ellos el de la docencia.

Evaluar no es una acción esporádica sino una práctica presente en la dinámica pedagógica que implica en cualquiera de los ámbitos un proceso de informarse mediante la recolección de información para describir el objeto y la valoración o juicio sobre la información de soporte. (Gimeno, 1996, pág. 78)

No obstante, la actividad de autoevaluación es objeto de interpretaciones que obedecen, muchas veces, a criterios personales tanto en la filosofía como en las estrategias o medios a través de los cuales se realiza el control del progreso y desarrollo de dichos procesos educativos. Una percepción efectiva, adecuada y pertinente en alto

grado, aplicada en el desarrollo de la actividad institucional, conlleva a establecer un clima organizacional óptimo en el quehacer educativo.

- **Percepción del Aprendizaje**

Es necesario diferenciar entre aprendizaje, rendimiento y conocimiento a la hora de concretar cuál es el objeto de la evaluación educativa; sobre las “patologías de la evaluación (expresiones reduccionistas de lo que en realidad se debe evaluar y la forma en que se debe desarrollar la evaluación o percepción), concluimos que el objeto fundamental de la evaluación educativa es: el aprendizaje”. (González , 2016, pág. 36)

La percepción ha ido evolucionando hacia la simplificación de la experiencia y los procesos internos del individuo. en un ámbito simple; donde en el estímulo está la información del aprendizaje y la experiencia vivida. Las instituciones, en este caso la Universidad de Cartagena busca conocer la percepción de su población objetiva, para lograr de ella un importante conocimiento y así poder lograr reforzar, formar y modificar actitudes.

## 5. MARCO LEGAL

Las autoevaluaciones son un proceso que, con la participación de directivos, docentes y alumnos, brinda la posibilidad de que las instituciones realicen un diagnóstico sobre sus fortalezas, debilidades y desafíos. Las autoevaluaciones están contempladas en el Sistema de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior por lo que está estipulado dentro de varios decretos emitidos a lo largo de los años, siendo algunos de estos:

- **De acuerdo al Decreto 1330 de 2019:**

«En cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 2 de la 1188 de 2008, las instituciones deberán cumplir con siguientes condiciones de calidad de carácter institucional: mecanismos de selección y evaluación estudiantes y profesores, estructura administrativa y académica, cultura de la autoevaluación, programa de egresados, modelo bienestar y recursos suficientes para garantizar cumplimiento de las metas.»

«Artículo 2.5.3.2.1.2. Sistema de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior. Es el conjunto de instituciones e instancias definidas por el marco normativo vigente, que se articulan por medio de políticas y procesos diseñados, con el propósito de asegurar la calidad de las instituciones y de sus programas. Este sistema promueve en las instituciones los procesos de autoevaluación, autorregulación y mejoramiento de sus labores formativas, académicas, docentes, culturales y de extensión, contribuyendo al avance y fortalecimiento su comunidad y sus resultados académicos, bajo principios de equidad, diversidad, inclusión y sostenibilidad.

- **Decreto 1295 20 de abril del 2010**

Artículo 6: 6.3.- Autoevaluación. - «La existencia o promoción de una cultura de autoevaluación que tenga en cuenta el diseño y aplicación de políticas que involucren a los distintos miembros de la comunidad académica, y pueda ser verificable a través de evidencias e indicadores de resultado. La autoevaluación abarcará las distintas condiciones de calidad, los resultados que ha obtenido en matrícula, permanencia y grado, al igual que el efecto de las estrategias aplicadas para mejorar los resultados en los exámenes de calidad para la educación superior. Para la renovación del registro calificado la institución de educación superior debe presentar además los resultados de al menos dos procesos de autoevaluación realizados durante la vigencia del registro calificado, de tal forma que entre su aplicación exista por lo menos un intervalo de dos años.»

- **Decreto 843 del 2020**

«Que, para el reconocimiento de la acreditación en alta calidad, el artículo 55 de la Ley 30 de 1992 estableció la necesidad de adelantar un proceso de acreditación, del cual hace parte la autoevaluación como etapa del mismo y como responsabilidad permanente de las instituciones de educación superior.»

«Que el Consejo Nacional de Acreditación - CNA, mediante la expedición de guías académicas ha recomendado al Consejo Nacional de Educación Superior, CESU, adoptar un trámite para la acreditación de programas académicos e instituciones, mediante las siguientes etapas: (i) Etapa de apreciación de condiciones iniciales adelantada por el Consejo Nacional de Acreditación - CNA, en la cual se evidencian las potencialidades que tiene una institución para continuar con el trámite de acreditación; (ii) Etapa de autoevaluación: Mediante la cual las instituciones de educación superior valoran en su autonomía e internamente el desarrollo de sus funciones sustantivas de acuerdo a los factores de acreditación»

## **6. DISEÑO METODOLÓGICO**

### **6.1 Metodología**

En este aparte se presenta la metodología aplicada en esta investigación. Se detalla aspectos relevantes como el enfoque de la investigación, modalidad de la investigación, tipo de investigación, técnicas y procedimientos.

### **6.2 Enfoque**

La investigación analizará la percepción de tres grupos: estudiantes, egresados y docentes con respecto a la gestión y administración de los procedimientos de comunicación del Programa de Comunicación de la Universidad de Cartagena.

### **6.3 Modalidad de Investigación**

Se manejan dos áreas de investigación:

- Documental y Bibliográfica: Libros, revistas científicas, documentos web.
- Trabajo de campo: Mediante la aplicación de encuestas.

### **6.4 Investigación Documental y Bibliográfica**

Se busca dar contexto a la investigación mediante la relación de datos procedente de distintas fuentes, como libros, revistas y contenido web que faciliten una visión más amplia y sistemática del tema investigado.

### **6.5 Investigación de Campo**

La investigación de campo por medio de la encuesta busca recolectar los datos necesarios para el análisis de la percepción de los estudiantes, egresados y docentes de la Universidad de Cartagena

La investigación de campo por medio de la encuesta busca recolectar los datos necesarios para el análisis de la percepción de los estudiantes, egresados y docentes de la Universidad de Cartagena

### **6.6 Tipo de Investigación**

La investigación es de tipo cualitativa: Es un método científico que busca resolver problemas cotidianos e inmediatos y mejorar prácticas concretas de la sociedad.

En este caso, Trata de aportar información para la toma de decisiones del Programa de Comunicación Social y reformas estructurales, se pretende describir la importancia de gestionar la información estratégica a nivel interno que, por medio de la comunicación precisa y concreta, mostrar el valor que tiene esa información, que a su vez se convierte en un motor para el crecimiento del Programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena.

### **6.7 Población**

El grupo poblacional está definido por estudiantes, egresados y docentes del Programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena, el cual constituyen un grupo definido para el análisis de tema investigado.

### **6.8 Ubicación Geográfica**

- Universidad de Cartagena

La Universidad de Cartagena, es una universidad pública colombiana, con domicilio en la ciudad de Cartagena. Es una persona jurídica autónoma, de carácter académico, con régimen especial, creada por Decreto del 6 de octubre de 1827, expedido por el Libertador Simón Bolívar y reconocida por disposiciones legales posteriores, entre ellas, la ordenanza No.12 de 1956 del Consejo Administrativo de Bolívar, el Decreto No.166 del 24 de febrero de 1983 de la Gobernación del departamento de Bolívar.

### **6.9 Muestra**

La muestra escogida en este proyecto fue seleccionada intencionalmente, eligiendo a las personas de manera que cumplieran con los criterios de esta investigación, escogiendo así 32 personas divididas en tres grupos categorizados.

### **6.10 Recolección de Datos**

De la recolección de los datos depende el éxito de la resolución de un conflicto o la adquisición de nuevos conocimientos, su fundamento está en que esos datos sean preciso y de relevancia para el tema en cuestión.

Es importante destacar que los métodos de recolección de datos se pueden definir como el medio a través del cual el investigador se relaciona con los participantes para obtener la información necesaria que le permita lograr los objetivos de la investigación.

Continuando con el proceso de recolección de datos, los métodos a utilizar en nuestra investigación es analizar, recolectar datos y revisar archivos propios de la universidad correspondientes a los intereses de la investigación, para trasladar lo investigado al conocimiento general, tal vez no sea la única investigación que se haya hecho sobre este tema, sin embargo buscamos diagnosticar la importancia de saber gestionar la información interna en una organización para el desarrollo y crecimiento de la misma, brindando así, los datos de interés al público.

### **6.11 Metodología para el alcance de los objetivos**

- **FASE I Identificar la incidencia que tiene en los estudiantes, egresados y docentes los procesos comunicacionales del Programa de Comunicación Social.**



En este punto se busca identificar las características propias del Programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena, realizando encuesta y la recolección de datos, para así, comprender el manejo y la gestión de la información estratégica del programa, con el fin de apoyar las buenas prácticas de comunicación, teniendo en cuenta que la comunicación es de gran trascendencia, al momento de ver los resultados, de manera que sean inconfundibles.

- **FASE II Caracterizar los procesos de administración de la información en el Programa de Comunicación Social.**

En esta fase se busca conocer los procesos de la información, las fuentes que los caracterizan y que llevan a la comunicación a surtir los diferentes procesos y seguir avanzando en el ámbito interno del Programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena.

## 6.12 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 1

<b>VARIABLE DEPENDIENTE</b>	<b>VARIABLE INDEPENDIENTE</b>	<b>ATRIBUTOS</b>	<b>INDICADOR</b>	<b>ÍNDICE</b>	<b>FUENTE</b>
<p>Analizar la percepción de estudiantes, egresados, docentes de los procesos de gestión, administración y organización de la comunicación e información en el programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena</p>	<p>Identificar la incidencia que tienen los procesos de gestión y organización de la información y la comunicación en los estudiantes, egresados y docentes en el Programa de Comunicación Social.</p>	Creación	Quienes organizan la información	<p>El final de la gestión de la información, es brindar mecanismos que diera acceso a la producción, adquisición y transmisión, de datos e informaciones de calidad, exactitud y actualidad con el menor coste posible, causando el mayor impacto</p>	<p>Primaria (Encuesta)</p>
		Adquisición	De donde se adquiere la información		
		Procesamiento	Tratamiento de la información		
		Difusión	Frecuencia de la transmisión de la información		

Tabla 2

<b>VARIABLE DEPENDIENTE</b>	<b>VARIABLE INDEPENDIENTE</b>	<b>ATRIBUTOS</b>	<b>INDICADOR</b>	<b>ÍNDICE</b>	<b>FUENTE</b>
Analizar la percepción de estudiantes, egresados, docentes de los procesos de gestión, administración y organización de la comunicación e información en el programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena	Caracterizar los procesos de administración de la información en el Programa de Comunicación Social.	Información interna	Producción de la información en la actividad cotidiana de la organización	La información se considera como valor de recurso, producto y activo dentro de la organización en su proceso innovador de la comunicación	Primaria (Encuesta)
		Información externa	Adquisición de datos para disponer de información en temas de su interés		
		Información corporativa	Planes de medición de la información emitida por la organización		

## 7. INSTRUMENTOS

### 7.1 Diseño de la encuesta

La encuesta realizada en esta investigación fue diseñada para alcanzar los objetivos planteados en este proyecto, asegurando de que el encuestado cumpla con los criterios necesarios requerido por el encuestador.

Donde se encuestaron 32 personas, con un filtro único que los dividía por grupo, el cual marcaban con una X a que grupo pertenecía su vínculo con la Universidad de Cartagena, si eran egresados, docentes o estudiantes. La encuesta fue diseñada por medio de la plataforma Formularios de Google y distribuida por medio de redes sociales y correos electrónicos a todo el público objetivo que se quería, alcanzando el 99% de personas encuestadas por grupo, donde el 30,3% de los encuestados fueron egresados, 30,3% docentes y 39,4 estudiantes.

Se diseñaron 14 preguntas sobre la gestión y organización de la comunicación e información en el Programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena, con respuesta múltiples, en las cuales marcaban basado en su experiencia dentro y fuera de la Institución. Los datos de las encuestas respondidas se almacenaban automáticamente, las cuales luego fueron analizadas por los analistas.

## 7.2 Encuesta

- **Identificar la incidencia que tienen los procesos de gestión y organización de la información y la comunicación en los estudiantes, egresados y docentes en el Programa de Comunicación Social.**
- **Gráfica 1**

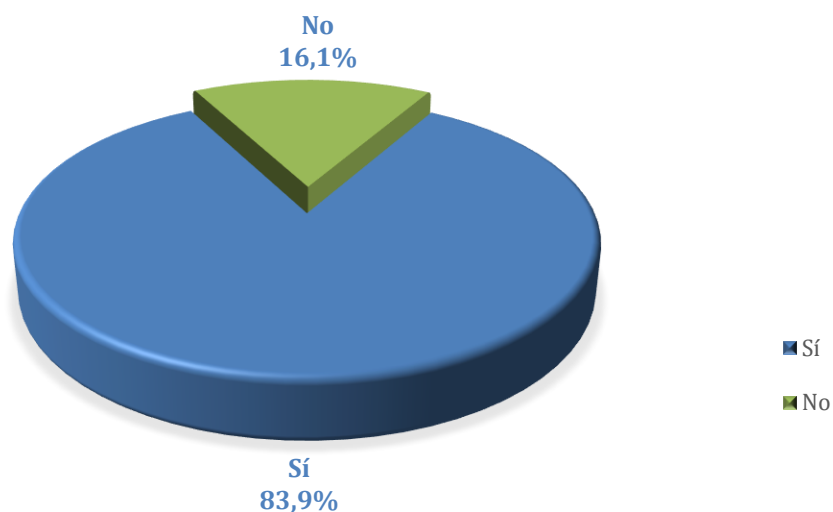


La anterior grafica muestra que menos de la mitad de los encuestados entre estudiantes, egresados y docentes reciben del Programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena, la información necesaria para permanecer actualizado, pero más del 50% de ellos sienten que les falta recibir información actualizada.

Es importante tener en cuenta que estar informado y actualizado ayuda a tomar mejores decisiones; garantizar esta área, es mejorar los indicadores de calidad en la percepción, del Programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena.

- **Gráfica 2**

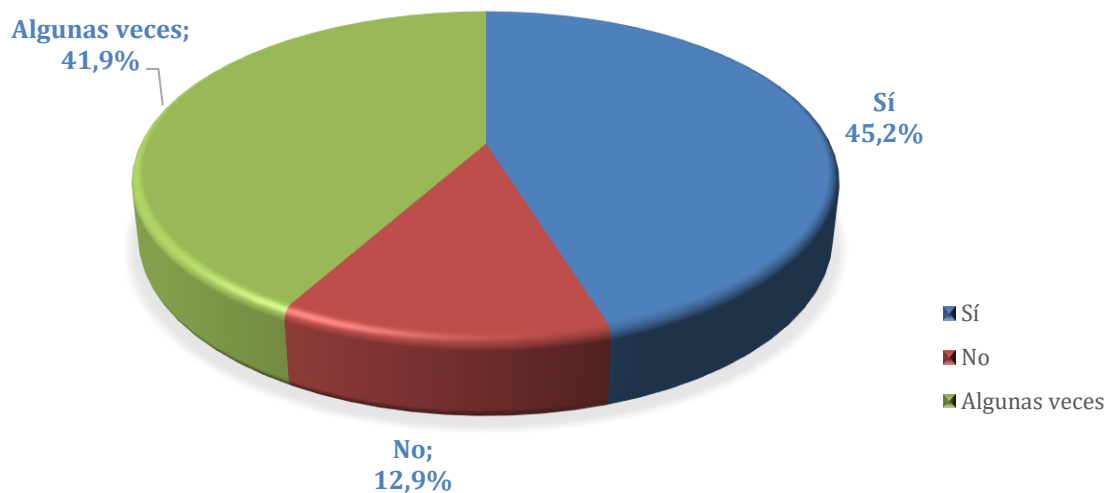
¿Conoce usted las diferentes plataformas por las que informa el Programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena?



Las plataformas de comunicación del Programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena son conocidas por la mayoría de la población estudiantil, egresados y docentes de la universidad, por lo que representa una eficiencia por parte de las estrategias del área de Comunicación del Programa, porque se entendería que estos mecanismos de comunicación deberían ser conocidos por el total de los estudiantes, ya que los mismos brindan una mayor interacción con los recursos de información y de conocimiento de datos y actualización educativa.

- **Gráfica 3**

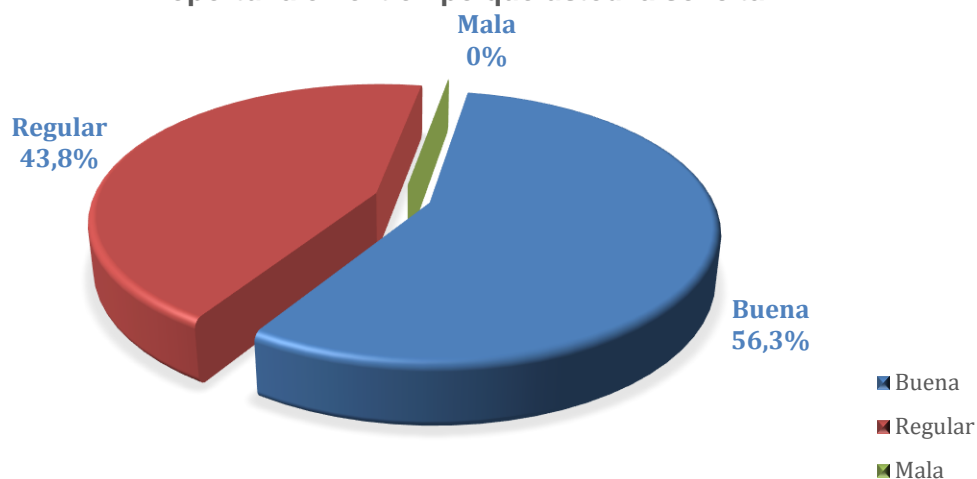
¿Encuentra usted la información que busca en las diferentes plataformas de las que hace uso el Programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena?



La población estudiantil, egresados y docentes, para ser exacto, el 45% dicen encontrar la información que están buscando en las plataformas, de las que hace uso el Programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena, mientras que el 41% manifiesta que algunas veces encuentra la información que necesitan, frente al 12% de los encuestados que dice no encontrar lo que están buscando.

- **Gráfica 4**

¿Cómo percibe el acceso a la información y la comunicación que brindan las directivas del Programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena? comprendiéndose si es oportuna en el tiempo que usted la solicita.

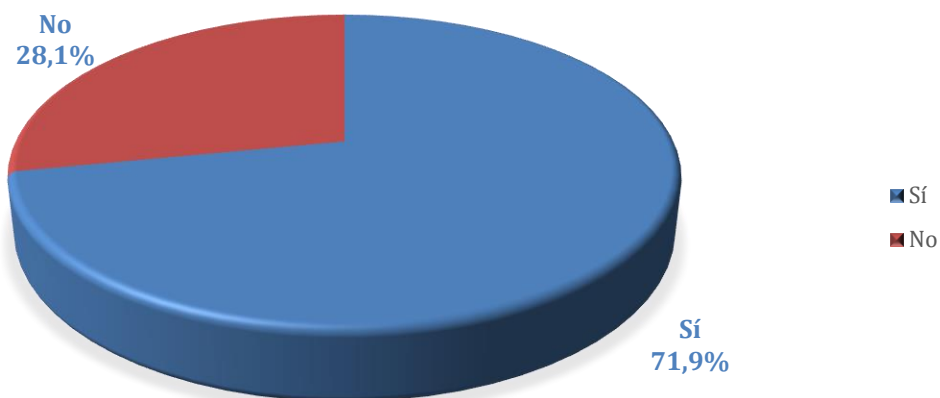


Los estudiantes, egresados y docentes, consideran que la comunicación y el acceso a la información que proporciona el Programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena es bueno, lo que indica que estos encuestados han tenido buenas experiencias tanto visualmente como en la interacción con las directivas del programa. Más del 40% de los encuestados indicó que la comunicación y el acceso a información con las directivas del Programa de Comunicación Social ha sido regular, por lo que han tenido algún tipo de dificultad al momento de la comunicación, es decir que aquí la situación indica que el sistema de comunicación de las directivas del programa continúa construyéndose.



- **Gráfica 5**

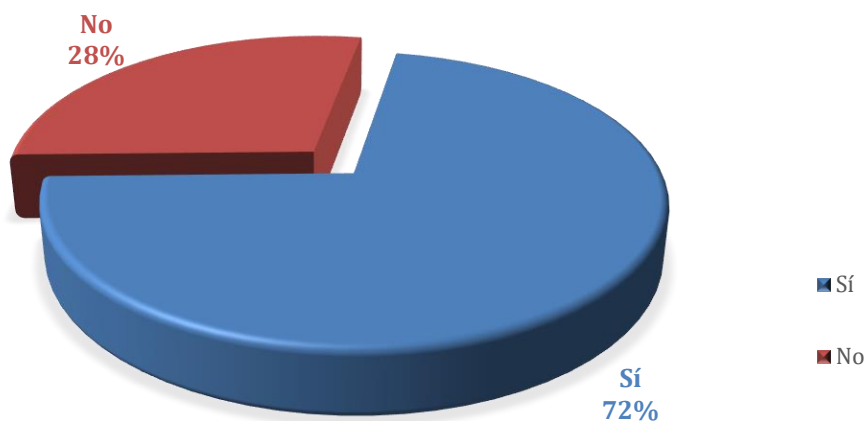
¿Es suficiente la información que le brinda el Programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena respecto a sus intereses?



Notamos que la mayoría de encuestados, cree que es suficiente la información que le brinda el Programa de Comunicación Social respecto a lo que buscan, lo que indica que el sistema de comunicación del programa tiene contenido de interés para sus usuarios, contenido inmediato de lo que acontece en el programa. Mientras que el 28% dice que no es suficiente la información que les brinda el programa en relación a lo que buscan. Sea por falta de conocimiento o por falta de un buen manejo de las mismas redes de comunicación; lo que sí está bien claro es que gran parte de la población encuestada, encuentra la información que busca en las plataformas o fuera de ellas, lo que demuestra que la mayoría de los estudiantes están satisfechos y saben lo que pasa en el Programa de Comunicación Social.

- **Gráfica 6**

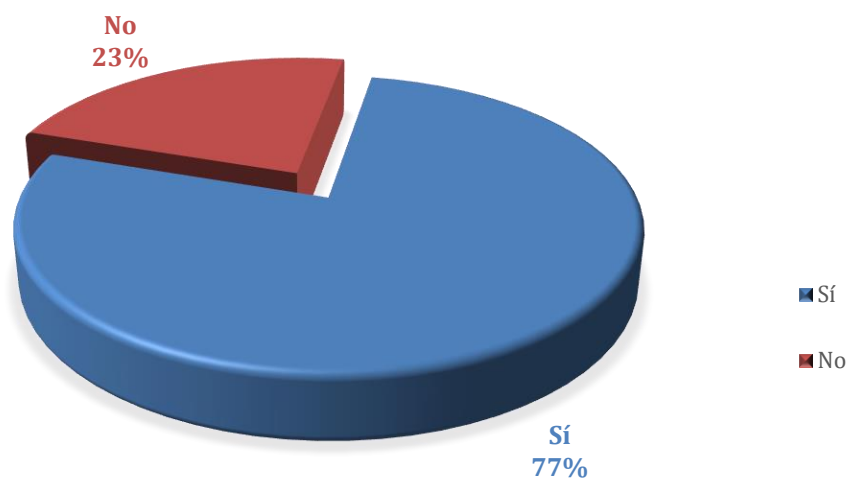
¿Cree usted que la innovación en la Comunicación interna y externa del Programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena cumplen los objetivos?



El (72%) de los estudiantes, egresados y docentes encuestados, creen que la innovación en la comunicación interna y externas del Programa de Comunicación Social cumple los objetivos, mientras tanto el 28% creen que no cumple los objetivos, lo que hace ver, que hay condiciones para un avance positivo con el programa. Teniendo en cuenta que hay muchos estudiantes que tienen acceso limitado a la tecnología, por lo cual puede que no estén muy relacionados con el entorno interno del programa. Así mismo, posiblemente hay otros que aun teniendo accesos no se preocupan por saber cuáles son esas innovaciones que el programa les brinda.

- **Gráfica 7**

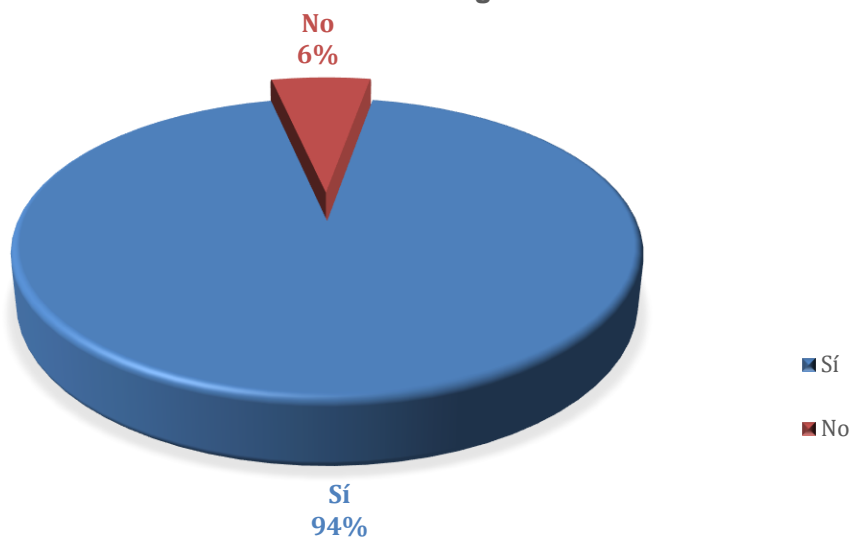
**¿Considera usted a las plataformas y los medios de comunicación de la universidad de cartagena como un factor influyente en su formación académica?**



La mayoría de los encuestados (77%) creen que las plataformas son un actor fundamental en su aprendizaje, en contraste con el 23% que opinan que las plataformas no son influyentes en su formación académica, esto refleja que las plataformas y medios de comunicación en medio de la pandemia se convirtieron en la puerta de entrada a un nuevo entorno de manera virtual.

- **Caracterizar los procesos de administración de la información en el Programa de Comunicación Social.**
- **Gráfica 8**

**¿Considera de vital importancia las plataformas de comunicación del Programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena?**



Tanto la gráfica anterior como esta refleja la exigencia a la que se somete la virtualidad y la comunicación en tiempos de Pandemia; los encuestados consideran que estar informado es vital, esto muestra la necesidad de conocer y hacer uso de los medios que ofrece el programa para recibir información y estar en la capacidad de calificar esos medios de acuerdo a sus experiencias y resultados obtenidos.

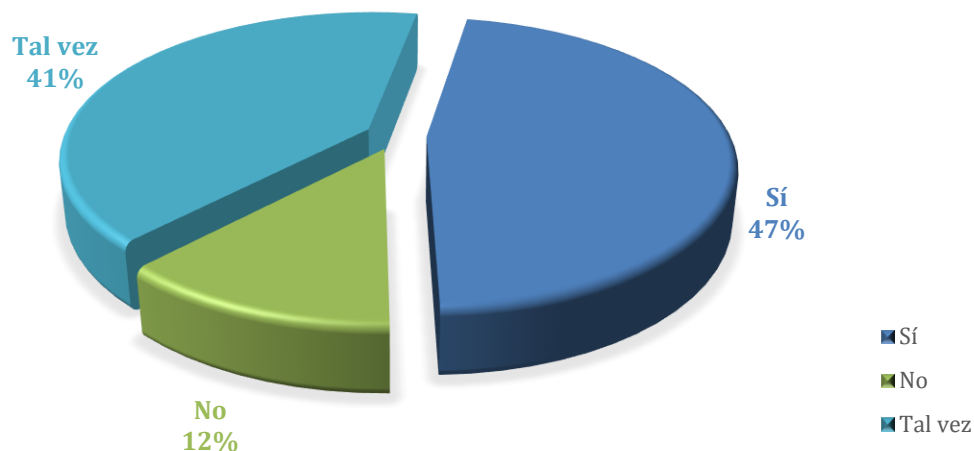
- **Gráfica 9**



En la Universidad de Cartagena el 56% de los estudiantes, egresados y docentes piensan que las plataformas y los medios de comunicación son amigables y están adaptadas algunas veces con las personas que tienen alguna discapacidad. En tiempos de inclusión y de igualdad es necesario brindar un óptimo acceso a la información, por lo que se puede notar una intención favorable a que se brinden mejoras sustanciales en adaptar los medios e incluir la población con alguna discapacidad.

- **Gráfica 10**

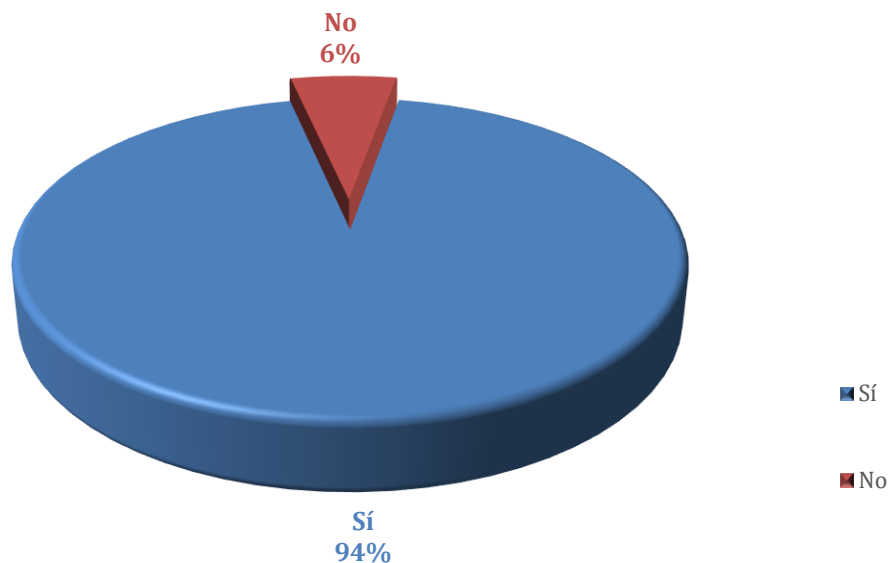
¿Cree que los medios de Comunicación de la Universidad de Cartagena son eficientes, igualitarios y con miras a brindar alta calidad en la formación académica?



Cuando se le pregunto a los estudiantes, egresados y docentes si los medios de comunicación de la Universidad de Cartagena eran eficientes y que si tenían igualdad y su futuro era con el fin de ofrecer alta calidad, respondieron afirmativamente, para ellos los medios de comunicación cumplen con estas características. Por otro lado, el 41% de los encuestados manifestó que lo medios de comunicación de la universidad tal vez sí buscaban cumplir con esos objetivos. Sólo una ínfima parte respondió negativamente a esta pregunta, esto nos puede hacer ver que hay una pequeña parte que no está conforme con esto, por lo que se debe seguir trabajando para fortalecer estos medios.

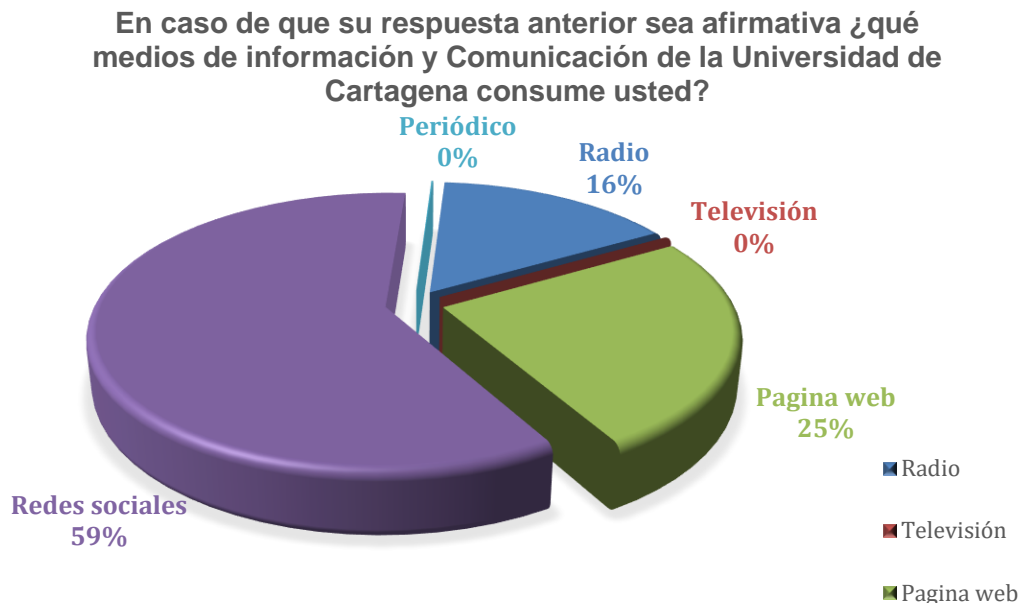
- **Gráfica 11**

¿Hace uso de los medios de información y Comunicación de la Universidad de Cartagena?



Los medios de comunicación son herramientas importantes a la hora de comunicar. A los encuestados se les preguntó si hacen uso de los medios de comunicación e información de la Universidad de Cartagena. El 94% de ellos afirmó hacer uso de los medios, mientras que un 6% afirma que no utiliza los medios de información y comunicación de la universidad. Se puede decir, analizando estos datos, que los medios de comunicación de la universidad tienen buenos métodos de difusión masiva para mantener informadas a las personas que entran a estos. Cabe resaltar que desde el 2020 el uso de estos medios aumentó exponencialmente como consecuencia de la pandemia del COVID-19.

- **Gráfica 12**

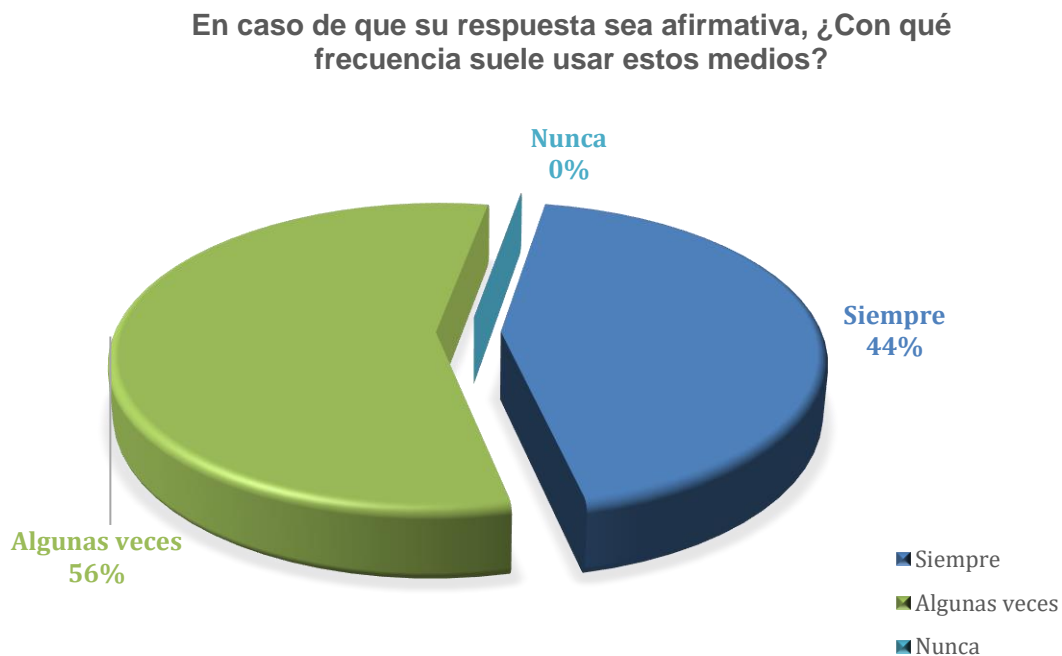


Cuando se le preguntó a los encuestados a la hora de informarse de lo que sucede en la universidad por donde prefiere informarse, da cuenta que los estudiantes, egresados y docentes no reciben la información por el periódico, y mucho menos por la televisión quiere decir que los estudiantes prefieren otras opciones, en este caso, una de las más modernas, las redes sociales que como se sabe es una herramienta que se está utilizando para recibir la información y transmitirla, pero sin mayor profundidad en el tema. En esta misma pregunta el 59% de los estudiantes afirmó que quería informarse por las redes sociales.

Mientras que un 25% prefiere la página web y plataformas virtuales, otra parte el 16% quiere la emisora de radio. Esto demuestra que el auge de la internet, ha causado una revolución a la hora de informarnos y comunicarnos, dejando así claro que los estudiantes, egresados y docentes de la universidad, prefieren herramientas de innovación para comunicarse de manera más rápida y actualizada, donde como se conoce las plataformas como redes sociales permite tener una mayor interacción con el contenido publicado.



- **Gráfica 13**



Se le preguntó a los encuestados la frecuencia con la que hacen uso de los medios de comunicación que ofrece el Programa de Comunicación Social y la misma Universidad de Cartagena. El 44% manifiestan hacer un uso más constante de las plataformas, mientras que el 56% lo hace de vez en cuando.

- **Gráfica 14**



En esta pregunta se les pidió que le dieran una calificación al contenido de las comunicaciones que se llevaban a cabo en el Programa de Comunicación Social, el 59% de los encuestados calificó como bueno este contenido en la comunicación interna y externa de la Universidad de Cartagena, lo cual indica que la mayoría está satisfecha con la forma en la que se están llevando estas comunicaciones, mientras que el 38% indicó que es regular y el 3% que es mala. Aun cuando concluimos que la comunicación va por buen camino un porcentaje alto de los encuestados cree que debe fortalecerse.

## 8. RESULTADO DE INVESTIGACIÓN

Los resultados de esta investigación serán señalados por fases, las cuales cada una de ellas hacen parte los objetivos que se quería alcanzar con este proyecto:

### **FASE I Identificar la incidencia que tiene en los estudiantes, egresados y docentes los procesos comunicacionales del Programa de Comunicación Social.**

El Programa de Comunicación Social brinda una propuesta de información adecuada para que los estudiantes, docentes y egresados tengan una buena información dependiendo de sus necesidades, es por eso que el desarrollo de los resultados de esta investigación, son propicios para fortalecer o reafirmar los objetivos que se propusieron con la misma; que son la identificación de incidencia que tiene en los estudiantes, egresados y docentes los procesos comunicacionales del Programa de Comunicación Social.

Las decisiones estratégicas que se toman, son fundamental para la posición competitiva de la institución, durante el análisis de este proyecto. Los resultados se pueden definir como la formulación, ejecución y evaluación de acciones que permiten a una organización alcanzar sus metas del buen uso de plataformas y distribución de la información, las cuales el programa reflejó por medio de la encuesta realizada, que inciden positivamente en los diferentes grupos encuestados según sus experiencias.

Haciendo que su propio contexto sea un proceso dinámico y flexible, para un proceso de innovación académica, la proyección se admite como un compromiso institucional, los resultados presentan una variación que se maneja de manera positiva, con un problema básico en contra, que plantean tanto los egresados, docente como la comunidad estudiantil que es más inclusión en las diferentes áreas de manejo para personas con alguna discapacidad. Como características relevantes de los mismos, es importante señalar, que en su gran mayoría corresponden a personas con algún problema de visión y oído. Basándose en los resultados de

la gráfica 9 en donde el 56% de las personas encuetadas respondieron (algunas veces) las plataformas estaban adaptadas para personas con alguna discapacidad, lo que sería un punto básico para mejoras.

## **FASE II: Caracterizar los procesos de administración de la información en el Programa de Comunicación Social.**

La caracterización de este objetivo, sobre la gestión de procesos según el análisis general de la investigación realizada. Logra su propósito de descripción, cumple toda la estructura de los procesos de la organización y distribución en cómo se percibe la información general por medio de las diferentes plataformas de las que hace uso el Programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena. Lo que indica que realizan su función principal, que es la buena administración, la cual es aumentar la comprensión del conocimiento y la distribución de la información relevante, así los usuarios pueden reducir su incertidumbre. En este sentido, el valor de la información del análisis de este proyecto es relacionado en cómo ayudar a las personas de la administración a reforzar aquellas áreas donde se crea que están fallando.

Basado en el resultado de las encuestas arrojó que el 47% de los encuestados están de acuerdo en cómo la Universidad de Cartagena, está administrando su información, siendo el porcentaje más alto. La información obtenida por la investigación puede resultar de gran utilidad para el futuro del programa, incluso para mejorar lo que aparentemente es menos relevante.

Una conclusión general importante en este momento resultó que quizás la tecnología de la información ayudaría con toda su potencia a la organización si se logra que la educación, se valgan de ella. De manera que toda la organización se sirviera de estos sistemas con un alcance estratégico para un mayor alcance de calidad.

## 9. CONCLUSIONES

- Como resultado de la investigación realizada se puede concluir que el Programa de Comunicación Social ofrece herramientas de información suficiente para que estudiantes, docentes y egresados puedan obtener una buena información de acuerdo a sus necesidades, es así que el desarrollo de los resultados de esta investigación, puede dar paso al fortalecimiento de las metas del programa; por lo que se puede Identificar el impacto del proceso comunicacional en estudiantes, egresados y docentes.
- Los resultados de la investigación indica que las plataformas de la Universidad de Cartagena son una prioridad para los estudiantes. A los encuestados les parece que los medios de comunicación que usa el programa y la universidad, les brinda la suficiente información que necesitan saber, medios que los encuestados consideran de vital importancia, que les sirven para apropiarse y conocer las actividades académicas y administrativas del programa y la universidad en general.
- Según los encuetados, si encuentra la información necesaria en las plataformas, también hay quienes dicen que en algunas veces encuentran la información que buscaban, lo que diría que los canales de información del programa están llegando a su público objetivo. Esto sin dejar de lado que el programa sigue implementado medidas que hagan avanzar el programa hacia una comunicación que incluya el total de su comunidad estudiantil, egresados y docentes.

- Acceder a las directivas del Programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena y el manejo que le dan a la información es bueno, los resultados dicen que la mayoría tienen buenas experiencias, es decir, en este punto indica que el sistema de comunicación de las directivas del programa tiende a la excelencia.

- Como resultado de la encuesta encontramos que la mayoría de los encuestados, conoce las plataformas y los medios de comunicación del Programa de Comunicación Social y de la Universidad de Cartagena, lo que representaría una ventaja para la comunicación digital y el desarrollo de la comunicación estratégica.

- Ciertamente se concluye que la innovación en la comunicación interna y externas del Programa de Comunicación Social, cumple los objetivos, lo que hace entender que los encuestados se sienten conformes con el conjunto del sistema y de las estrategias que desarrolla el programa para seguir en la senda de la calidad educativa y el desarrollo de nuevas formas de comunicación.

- Para concluir, basándonos en el resultado de la encuesta y el material escudriñado, el Programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena apunta a alcanzar el liderato, como lo dice su misión en ser el programa líder de la región, cumpliendo así con su misión en formar profesionales con altos estándares académicos, que comprendan y manejen adecuadamente las relaciones entre la comunicación y las ciencias sociales y humanas.

## 10. RECOMENDACIONES

1. Preservar la estrategia del programa, con miras a fortalecer aquellos puntos clave en los que estudiantes sienten debilidad (información a tiempo y la accesibilidad) para mejorar las críticas.
2. Mejorar el acceso a la información a los estudiantes con alguna discapacidad
3. Fortalecer los espacios de comunicación interna y externa
4. Realizar campañas del contenido del Programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena
5. Fortalecer los canales de atención a los usuarios

## 11. BIBLIOGRAFÍA

- Cabrera Fernadez, M., Hernández Alvarez, Y., & Estudiantes y Dodecentes. (2010). *Proyecto Educativo del Programa PEP*. Cartagena.
- Díaz Pérez, S., & Guzmán Góngora, C. (2014). *Una mirada a la racialidad desde la comunicación organizacional*. Editorial Universitaria.
- Galarza, M., & Páramo, O. (2015). La autoevaluación de los procesos de enseñanza y aprendizajes como mediación para la innovación de los ambientes escolares en el aula.
- Gimeno, S. (1996). *Comunicación como medio de intervención en la educación*.
- Gómez Aguilar, M. (2007). *La comunicación en las organizaciones para la mejora de la productividad: El uso de los medios como fuente informativa en empresas e instituciones andaluzas*. Málaga.
- González , A. (2016). *Proponer y mejorar la propuesta de calidad en la educación pública*.
- Gobierno Nacional de Colombia, *Decreto 843 (2020)*
- Gobierno Nacional de Colombia, *decreto 1330 (2019)*
- Landero, J. (2006). *La Comunicación estratégica y sus paradigmas*.
- Salazar, S. (2016). *Percepción sobre evaluación de los aprendizajes de los estudiantes*.  
*Palermo*.
- Soria Romo, R. (2008). *Comunicación Organizacional: Un Modelo Aplicable a la Microempresa*.
- Universidad de Antioquia, *¿Qué es la autoevaluación?* Abreu et al. (2009, p. 15).



## 12. ANEXOS

### ENCUESTA PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL PROYECTO FINAL

¿Es usted? Estudiante \_\_\_\_\_ Docente \_\_\_\_\_ Egresado \_\_\_\_\_

**Marque con una (X) la respuesta que más se acerque a su experiencia**

¿Piensa que el Programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena brinda la información necesaria para que usted permanezca actualizado?

Si \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

Algunas veces \_\_\_\_\_

¿Encuentra usted la información que busca en las diferentes plataformas de las que hace uso el Programa de Comunicación Social de la universidad de Cartagena?

Si \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

Algunas veces \_\_\_\_\_

¿Cómo percibe la comunicación y el acceso a la información de las directivas del Programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena? Comprendiéndose si es oportuna en el tiempo que usted la solicita.

Bueno \_\_\_\_\_

Regular \_\_\_\_\_

Malo \_\_\_\_\_

¿Es suficiente la información que le brinda el Programa de Comunicación Social de la Universidad respecto a su interés?

Si \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

¿Cree usted que la innovación en la comunicación interna y externa del Programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena cumple los objetivos?

Si \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

¿Conoce usted las diferentes plataformas por las que informa el Programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena?

Si \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

¿Considera usted las plataformas y los medios de Comunicación de la Universidad de Cartagena un factor influyente en su formación académica?

Si \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

Tal vez \_\_\_\_\_

¿Considera de vital importancia las plataformas de Comunicación del Programa de Comunicación Social de la Universidad de Cartagena?

Si \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

Si conoce los medios de comunicación de la información y las diferentes plataformas de la Universidad de Cartagena. ¿Cree que las plataformas están adaptadas para el fácil acceso de personas con alguna discapacidad?

Si \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

Algunas veces \_\_\_\_\_

¿Cree que los medios de Comunicación de la Universidad de Cartagena son eficientes, igualitarios y con miras a brindar alta calidad en la formación académica?

Si \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_

Talvez \_\_\_\_\_

¿Hace uso de los medios de información y comunicación de la Universidad de Cartagena?

Radio \_\_\_\_\_

Televisión \_\_\_\_\_

Página web \_\_\_\_\_

Redes sociales \_\_\_\_\_

Periódico \_\_\_\_\_

En caso de que su respuesta sea afirmativa, ¿Con qué frecuencia suele usar estos medios?

Siempre \_\_\_\_\_

Algunas veces \_\_\_\_\_

Nunca \_\_\_\_\_

¿Si tuviera que calificar el contenido de la comunicación interna y externa de la Universidad de Cartagena, qué calificación le daría?

Bueno \_\_\_\_\_

Regular \_\_\_\_\_

Malo \_\_\_\_\_