

**ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA CON LOS  
ESTUDIANTES.  
CASO: ESCUELA DE INGENIERÍA DE ANTIOQUIA**

**Sara María Arango Mejía**

**Miguel Pérez Vélez**

**Trabajo de grado para optar al título de Ingenieros  
Administradores**

**Andrea Peláez Martínez**

**Ingeniera Industrial y especialista en Gerencia de  
Mercados Globales**



**ESCUELA DE INGENIERÍA DE ANTIOQUIA  
INGENIERÍA ADMINISTRATIVA  
ENVIGADO  
2011**

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

## **AGRADECIMIENTOS**

Primero que todo queremos agradecer a nuestros padres, ellos nos apoyaron en todo el proceso de aprendizaje, fueron modelos a seguir y estuvieron a nuestro lado en todos los momentos difíciles que se presentaron mientras se llevaba a cabo el proceso de formación académica y humana. Sin ellos hubiera sido imposible llegar hasta este punto.

Agradecemos el apoyo de la directora de trabajo de grado Andrea Peláez Martínez por orientarnos en el proceso de aprendizaje que el presente proyecto implicó. Por compartir infinidad de conocimientos y trabajar en equipo con nosotros para lograr cumplir con los objetivos planteados, y a su vez por ser un modelo a seguir de perseverancia y trabajo con calidad.

A los estudiantes de pregrado, quienes abrieron las puertas de su intimidad y nos dejaron conocer mucho más sobre sus vidas, sin su colaboración no se habrían logrado los resultados que ahora presentamos. Como muestra de ellos entregamos esta investigación, la cual será una herramienta bastante útil que será beneficiosa principalmente para ellos.

De igual forma les damos las gracias a todas las demás personas que dedicaron tiempo para brindarnos conocimientos e información que ahora componen este trabajo y que a pesar de las dificultades dieron lo mejor de sí para sacar el proyecto adelante.

# CONTENIDO

	pág.
1 PRELIMINARES.....	15
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	15
1.1.1 Contexto y caracterización del problema .....	15
1.1.2 Formulación del problema.....	16
1.2 OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	16
1.2.1 Objetivo General .....	16
1.2.2 Objetivos Específicos.....	17
1.3 MARCO DE REFERENCIA .....	17
1.3.1 Marco Teórico .....	17
1.3.2 Marco Contextual .....	34
2 METODOLOGIA DEL PROYECTO .....	38
3 DESARROLLO DEL PROYECTO .....	40
3.1 Caracterización de la estrategia actual de comunicación interna de la Escuela de Ingeniería de Antioquia.....	40
3.1.1 Proceso comunicacional en la institución.....	40
Medios actuales.....	40
3.1.2 Horizonte del área de comunicaciones EIA.....	46
3.1.3 Nuevos proyectos.....	50
3.1.4 Evaluación de medios .....	50
3.1.5 Resultados .....	51
3.2 Caracterización demográfica y sicográfica de los estudiantes de pregrado de la EIA .....	59
3.2.1 Caracterización demográfica.....	59

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

3.2.2	Caracterización sicográfica .....	61
3.2.3	Resultados .....	63
3.3	Otras instituciones universitarias y sus estrategias de comunicación interna .....	71
3.3.1	Progreso de la investigación por medio de Benchmarking.....	71
3.4	Identificación de oportunidades de mejora de la estrategia actual de comunicación interna con los estudiantes de la EIA .....	79
3.4.1	Ruidos identificados dentro del proceso de comunicación.....	79
3.4.2	Recomendaciones para los diferentes medios.....	80
3.4.3	Propuestas para mejorar la estrategia actual.....	82
4	DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	89
5	CONCLUSIONES .....	90
6	RECOMENDACIONES.....	91
7	BIBLIOGRAFIA.....	92
8	ANEXOS.....	94

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

## LISTA DE TABLAS

	pág.
Tabla 1: Medios a coordinar y administrar .....	42
Tabla 2: Explicación de cargos del área de comunicaciones.....	49
Tabla 3: Parámetros para determinar la muestra.....	51
Tabla 4: Resultados de la muestra requerida .....	51
Tabla 5: Distribución por género de los estudiantes de pregrado .....	59
Tabla 6: Distribución por categoría de los estudiantes de pregrado .....	61

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

## LISTA DE GRÁFICAS

	Pág.
Gráfica 1: Frecuencia uso del Facebook .....	52
Gráfica 2: Frecuencia uso de las pantallas de TV.....	52
Gráfica 3: Frecuencia uso del boletín .....	53
Gráfica 4: Frecuencia uso de carteleras .....	53
Gráfica 5: Uso de carteleras .....	54
Gráfica 6: Conocimiento Revista Tangente .....	54
Gráfica 7: Contenido Revista Tangente .....	55
Gráfica 8: Conocimiento Blog EIA.....	55
Gráfica 9: Frecuencia Uso del Blog .....	56
Gráfica 10: Asistencia a Jueves de Avanzada .....	56
Gráfica 11: Asistencia al CineClub.....	57
Gráfica 12: Asistencia al Café del Búho.....	57
Gráfica 13: Asistencia al Club de Concina .....	57
Gráfica 14: Asistencia a actividades de deporte y recreación.....	58
Gráfica 15: Asistencia al Jueves Institucional .....	58

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

## LISTA DE ILUSTRACIONES

	pág.
Ilustración 1: El proceso de comunicación (Clow & Baack Pág. 6) .....	18
Ilustración 2: Esquema de la teoría psicosocial de Erikson .....	36
Ilustración 3: Crecimiento en la cantidad de usuarios que siguen la página durante el año 2010 .....	44
Ilustración 4: Consumo de contenido multimedia durante el año 2010 .....	44
Ilustración 5: Total de visitas a la página durante el año 2010 .....	45
Ilustración 6: Total de interacciones durante el año 2011 .....	45
Ilustración 7: Consumo de contenido multimedia durante el año 2011 .....	45
Ilustración 8: Crecimiento en la cantidad de usuarios que siguen la página durante el año 2011 .....	45
Ilustración 9: Total de visitas a la página durante el año 2011 .....	46
Ilustración 10: Imagen del boletín .....	94
Ilustración 11: cartelera ubicada cerca de la cafetería .....	95
Ilustración 12: Cartelera escaleras a los laboratorios bloque B .....	95
Ilustración 13: Cartelera cerca a la fotocopiadora .....	96
Ilustración 14: Biombo plazoleta principal .....	96
Ilustración 15: Distribución Biombo plazoleta principal .....	97
Ilustración 16: Pantallas de la cafetería .....	98
Ilustración 17: Pantalla de Admisiones y Registro .....	98
Ilustración 18: Pantalla cerca de Bienestar Universitario .....	99
Ilustración 19: Pantalla entrada a cafetería .....	99
Ilustración 20: Perfil de Facebook .....	100
Ilustración 21: Perfil de Twitter .....	101

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

Ilustración 22: Perfil de Youtube .....	102
Ilustración 23: Blog EIA.....	102
Ilustración 24: Perfil Flickr .....	103
Ilustración 25: Revista Tangente.....	104
Ilustración 26: Página web EIA .....	105
Ilustración 27: Punto de Información EAFIT .....	250
Ilustración 28: Punto de Información EAFIT 2.....	250
Ilustración 29: Carteleras de clasificados de los corredores .....	251
Ilustración 30: Pantalla informativa EAFIT .....	251
Ilustración 31: Cartelera de una cafetería UPB.....	255
Ilustración 32: Pantallas Centro de comidas UPB.....	256
Ilustración 33: Pasaje cerca a los stands de comidas UPB .....	256
Ilustración 34: Cartelera cerca de Bienestar Universitario UPB .....	257
Ilustración 35: Biombo entrada Universidad CES .....	264
Ilustración 36: Cartelera clasificados CES .....	265
Ilustración 37: Cartelera eventos CES.....	265
Ilustración 38: Pantallas en cafetería CES.....	266
Ilustración 39: Campaña sentido de pertenencia CES.....	266
Ilustración 40: Bitácora Información Universidad Nacional .....	273
Ilustración 41: Cartelera de bloque Universidad Nacional .....	273
Ilustración 42: Cafetería Universidad Nacional .....	274
Ilustración 43: Corredores Universidad Nacional .....	274
Ilustración 44: Campaña "ATREVERSE A PENSAR" 1 .....	275
Ilustración 45: Campaña "ATREVERSE A PENSAR" 2 .....	275

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.



Ilustración 46: Paradero de Buses EIA .....	276
Ilustración 47: Cafetería EIA .....	276
Ilustración 48: Microondas cafetería EIA .....	277
Ilustración 49: Salas de estudio .....	277

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

## LISTA DE ANEXOS

ANEXO 1: Ilustración de cada medio.....	85
ANEXO 2: Encuesta estudiantes de pregrado.....	96
ANEXO 3: Diseño del instrumento para un día en la vida de y registros de la investigación.....	101
ANEXO 4: Instrumento de Observación, entrevista a profundidad y registros Benchmarking por universidad.....	223
ANEXO 5: Campaña “ATREVERSE A PENSAR” Universidad EAFIT.....	257
ANEXO 6: Espacios para reubicar las carteleras.....	258

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

## **RESUMEN**

El trabajo de grado desarrollado en las siguientes páginas, es una propuesta de mejora de la estrategia actual de comunicación interna entre la Escuela de Ingeniería de Antioquia y los estudiantes de Pregrado.

A través del análisis de la estrategia actual de comunicación y del estudio de la percepción que tienen los estudiantes sobre la misma se identificaron los problemas presentes en el proceso. Lo anterior acompañado de una investigación que permitió conocer los gustos, motivaciones y forma de vida de los estudiantes de la EIA.

Problemas como la falta de sentido de pertenencia, de interés en las temáticas y el clima son algunas de las falencias que se propone mejorar en este proyecto.

Una vez identificadas las oportunidades de mejora a implementar en la estrategia de comunicación, se diseñó un plan de acción compuesto por recomendaciones y propuestas que podrán ser usadas por los departamentos de comunicación y mercadeo durante el año 2012.

Palabras clave: estrategia de comunicación, medios de comunicación, proceso de comunicación.

## **ABSTRACT**

The Project being developed in the following pages is a proposal to improve the current strategy of internal communication between The School of Engineering of Antioquia and undergraduate students.

Based on in-depth analysis of each of the media implemented in the current communication strategy and an assessment made by the students, some issues in the communication process between the two parts were identified. An investigation was also carried to know motivations and lifestyles of students in the EIA.

Problems such as lack ownership, lack interests in the topics, climate and transportation are some shortcomings that aim to improve on this project.

Once actions to be implemented in the communication strategy were identified, an action plan was designed; it consists of recommendations and proposals that may be used by marketing and communications departments during 2012.

Keywords: Communication strategy, media, communication process

## INTRODUCCIÓN

La necesidad de una buena comunicación interna dentro de cualquier organización radica en la importancia de entender no sólo el proceso completo sino aplicar una buena estrategia que permita generar el mensaje y a su vez recibirlo de la forma que se planeó.

*“La comunicación puede definirse como transmitir, recibir y procesar información. Cuando una persona, grupo u organización intenta transmitir una idea o mensaje, la comunicación ocurre cuando el receptor (otra persona o grupo) puede comprender la información”*(Clow & Baack, 2010)

Para la Escuela de Ingeniería de Antioquia es de vital importancia la comunicación entre ellos como institución educativa y sus estudiantes de pregrado como una forma de mantener un vínculo entre las dos partes. Por lo tanto se da la necesidad de ser claros y asertivos en la transmisión del mensaje y en la comprensión del mismo y como contribución a una mayor participación al garantizar que estén informados generando la oportunidad de tener una actitud más abierta frente a las situaciones que se presenten lo que los llevará a ser participantes activos dentro del proceso de formación.

De la anterior afirmación surge la necesidad de realizar un diagnóstico y entender mejor las condiciones de ese proceso de comunicación que se llevaba a cabo, sin descartar la posibilidad de realizar modificaciones y crear componentes que hagan parte de una nueva estrategia que permita el mejoramiento del proceso.

El diagnóstico mencionado anteriormente se realizará a través de un proceso que se compone básicamente de dos partes: una investigación secundaria, la cual consiste en la recopilación de información a las diferentes áreas pertenecientes a la institución. Y la segunda, una investigación primaria que pretende determinar la percepción de los estudiantes frente a los medios utilizados y la información transmitida.

Durante el planteamiento de la investigación surge la necesidad de conocer los gustos y preferencias de la población, lo que hace más fácil entender y definir los métodos necesarios para lograr una comunicación efectiva. A través de un estudio demográfico y sicográfico la Institución puede observar comportamientos y actitudes que permitirán definir su estrategia de acuerdo a los diferentes segmentos que pueden existir en la población estudiantil. Además, el apoyo en una estrategia de Benchmarking permitirá conseguir información que puede ser útil dadas algunas similitudes entre las diferentes entidades educativas.

Finalmente, la recolección de toda la información y su análisis permitirá establecer algunas propuestas para mejorar el proceso actual de comunicación

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

mediante la formulación de algunas propuestas importantes y la manera en cómo deben ejecutarse.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

# 1 PRELIMINARES

## 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 1.1.1 Contexto y caracterización del problema

La Escuela de Ingeniería de Antioquia es una institución de educación superior ubicada en Envigado, perteneciente al grupo G8<sup>1</sup>, reconocida en el medio por obtener altos resultados en los ECAES, la cual da a sus egresados un valor agregado y una diferenciación de otros profesionales por medio de una formación integral *“considerada una de las instituciones de educación superior de mayor crecimiento del país y es reconocida en el medio universitario por la alta calidad de su educación”*(Escuela de Ingeniería de Antioquia, 2010), llevándolos a estar entre los que reciben los sueldos más altos del país según el observatorio nacional para la educación. *“Los primeros lugares son para la Escuela de Ingeniería de Antioquia -EIA- (\$2.776.450), la Universidad de Los Andes (\$2.752.780) y la Universidad Externado de Colombia (\$2.604.077)”* (Ministerio de Educación Nacional, 2010).

Cómo proyecto de crecimiento y ampliación de las Instalaciones, en el segundo semestre de 2008 la sede se Pregrado se trasladó al Alto de las Palmas, haciendo parte de unos planes de desarrollo que la universidad había venido implementando. Pasó de estar en el área urbana, en una sede pequeña, de acuerdo con las necesidades de la época en la que fue creada, no contaba con zonas de deporte, zonas verdes, zonas de esparcimiento diferentes a las cafeterías y con un número de parqueaderos no mayor a cien; a una ubicada en un área rural, más amplia en cuanto a parqueaderos, espacios para practicar deportes, cantidad y comodidad de oficinas para los directivos y profesores entre otras cosas, que permitió construir una edificación que soportara los niveles crecientes de estudiantes que se venían presentando. La nueva sede representaba una gran diferencia en términos de distancia de los hogares ubicados en el Área Metropolitana del Valle de Aburrá, no sólo para los estudiantes sino para todos los que hacen parte de la comunidad académica generando un mayor desplazamiento para poder acceder a las clases, a las actividades académicas, administrativas, entre otras.

Con la evolución que presenta la institución se ha presentado una particularidad con respecto a los cambios percibidos en el manejo de las comunicaciones

---

<sup>1</sup> Es un grupo conformado por 8 Instituciones de Educación Superior de la ciudad de Medellín que tienen como función principal brindar a estudiantes, profesores y empleados de las diferentes Universidades la oportunidad de acceder a los recursos de información con los que cuenta cada una de las bibliotecas.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

dentro de la misma. Según David Corrales, ex integrante del equipo de comunicaciones de la universidad, en la sede anterior no había un programa de comunicación activo con los estudiantes, sin embargo, estos participaban con mayor frecuencia que en la actualidad debido a la cercanía y al tamaño de la sede la cual propiciaba un relación estrecha entre los estudiantes y por lo tanto una buena comunicación entre ellos.

Con el cambio de sede, el departamento de comunicaciones vio la necesidad de crear y establecer una estrategia de comunicación entre los estudiantes y la institución, sin embargo, dicho proceso hasta la fecha no ha generado los resultados esperados y ha tenido que sufrir modificaciones debido a las condiciones del entorno y a solicitudes de los estudiantes. (Corrales & Martínez, Antecedentes de la comunicación en la EIA, 2010)

De igual manera y según la misma fuente, el departamento encargado de transmitir la información ha buscado mejorar la calidad de ésta, intentando que sea por diferentes medios, más clara, más fácil de entender y con mensajes que atraigan mayor atención del público, sin embargo el proceso ha sido arduo, los estudiantes siguen sin participar de las actividades académicas extracurriculares(Wolff, 2010).

### **1.1.2 Formulación del problema**

Luego de los cambios generados en el entorno universitario, plantear estrategias de comunicación entre los estudiantes y la universidad se ha vuelto una tarea difícil, por tal motivo se ha hecho evidente la necesidad de identificar oportunidades de mejora a través del diagnóstico de la comunicación en la institución, la caracterización del comportamiento de los estudiantes respecto a las comunicaciones que a su vez permitirá una segmentación de los mismos, y finalmente la segmentación acorde a las necesidades de información de cada público para poder implementar mensajes claros y dirigidos, mejorando los medios y el flujo de información entre la institución y los estudiantes de pregrado.

## **1.2 OBJETIVOS DEL PROYECTO**

### **1.2.1 Objetivo General**

Identificar oportunidades de mejora para la estrategia actual de comunicación interna con estudiantes de pregrado en la Escuela de Ingeniería de Antioquia.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.



## 1.2.2 Objetivos Específicos

- ▶ Caracterizar la estrategia actual de comunicación interna con los estudiantes de pregrado de la Escuela de Ingeniería de Antioquia.
- ▶ Caracterizar demográfica y sicográficamente los estudiantes de pregrado de la Escuela de Ingeniería de Antioquia de manera que se pueda segmentar de acuerdo a diferentes factores.
- ▶ Recopilar información sobre estrategias aplicadas por otras instituciones del medio.
- ▶ Identificación de oportunidades de mejora de la estrategia actual de comunicación interna con los estudiantes de la EIA

## 1.3 MARCO DE REFERENCIA

### 1.3.1 Marco Teórico

#### Comunicación

La comunicación es un concepto que ha sido abordado por diversos autores a lo largo del desarrollo y evolución del ser humano. Dichos autores coinciden en identificar la comunicación como un proceso en el cual intervienen diferentes elementos tales como el transmisor (o el que emite un mensaje); el receptor (o el que recibe el mensaje); el mensaje en si (o contenido) y el canal o medio por el cual se ejecuta o realiza la comunicación.

En este trabajo de investigación se tomará como referencia la definición presentada por los autores Clow, Kenneth y Baack, Donald, expertos en comunicación en marketing:

*“La comunicación puede definirse como transmitir, recibir y procesar información. Cuando una persona, grupo u organización intenta transmitir una idea o mensaje, la comunicación ocurre cuando el receptor (otra persona o grupo) puede comprender la información”. (Clow & Baack, 2010)*

De lo anterior se deduce que sólo puede hablarse de comunicación cuando el proceso es completado y el flujo de información llega a su destino de una manera que pueda ser comprendida por el público al que va dirigido, tal como se observa en la siguiente figura tomada de la misma fuente:

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

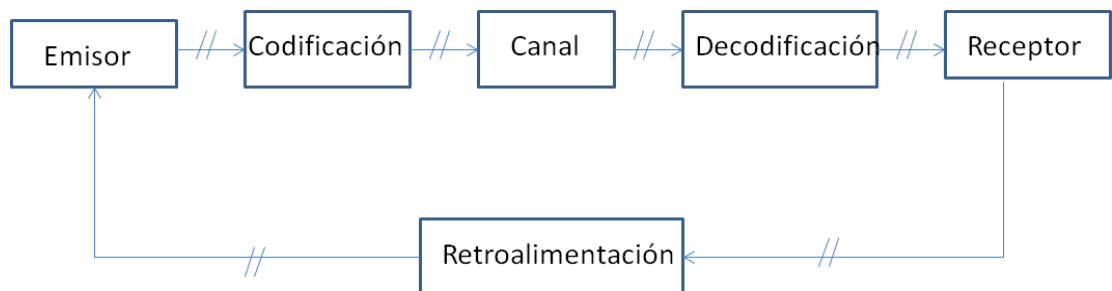


Ilustración1: El proceso de comunicación (Clow & Baack Pág. 6)

Esta comprensión por parte del público al que va dirigido depende de muchas variables, pero la más importante y en la que han enfatizado muchos autores se refiere a *“compartir las mismas características físicas, sociales, psicológicas, intelectuales y culturales”* (Deaux, Dane, & Wrightsman, 1993), por lo tanto, la comunicación entre las personas se hace más difícil a medida en que crezca la percepción de que somos diferentes. De esta percepción viene la importancia de analizar esos aspectos físicos, sociales, intelectuales y culturales, porque sólo así se logrará una comunicación efectiva.

### Elementos de la Comunicación

- **Emisor:** Persona o grupo que forma un mensaje y trata de transmitirlo a otros por medio de un canal.
- **Codificación:** Transformación de la idea que se quiere transmitir en un código familiar para el público objetivo.
- **Canal:** Medio encargado de transportar el mensaje, la forma más común de comunicación es a través de los 5 canales sensoriales, ya que un solo mensaje puede ser visto y escuchado, u oído y visto, etc. *“Mientras más canales se utilicen para transportar un mensaje, es más probable que la comunicación sea exitosa”*.(Verderber, 1999)
- **Decodificación:** Proceso de percepción por diversos sentidos del receptor
- **Receptor:** Persona o grupo que percibe y comprende el mensaje transmitido.

Además de los elementos mencionados se encuentran generalmente en el proceso de la comunicación algunos obstáculos o ruidos que pueden impedir que los mensajes transmitidos lleguen al receptor de la manera esperada. Dicho ruido, el cual puede ocurrir en cualquiera de las etapas del proceso comunicativo lleva a distorsionar y en algunas veces a desestabilizar el mensaje, perdiendo éste su fuerza y cometido.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

- **Ruido:** Obstáculo que puede ser interno o externo al receptor o semántico, que impide la comprensión plena del mensaje tal como lo concibió el emisor.

Ejemplos de ruidos externos al receptor pueden ser distractores como actividades que se hacen paralelas a la recepción del mensaje (conducir, comer, hablar con alguien, vestirse...) o el diseño del mensaje no es el adecuado y el público objetivo no lo comprende. Ejemplos de ruidos internos al receptor, son emociones de éste que lo llevan a ofenderse por la naturaleza del mensaje; pensamientos o ideas personales que lo llevan a filtrar la información recibida, entre otros. Ejemplos de ruido semántico pueden ser significados no intencionados generados por la percepción que se tiene de algún símbolo que se utilizó.

- **Retroalimentación:** indica al emisor si su mensaje se recibió, se entendió y cómo. Es importante estar atento porque si el sentido pretendido originalmente no se escuchó se debe codificar de una manera diferente para obtener la respuesta deseada.

### **Funciones de la comunicación**

- **Necesidad de Interacción:** Dentro de las muchas funciones de la comunicación se encuentra la que se podría nombrar como la base de todas estas, la cual es satisfacer la necesidad de interacción de los seres humanos, *“debido a que por naturaleza somos animales sociales, necesitamos a la otra gente, así como necesitamos el alimento, el agua y el resguardo”*(Verderber, 1999)
- **Desarrollo de vínculos:** Luego, aparece una segunda función que responde a la necesidad de desarrollar relaciones, el ser humano necesita intercambiar más que unas cuantas palabras de saludos y por lo tanto necesita construir relaciones sólidas que pueden crecer y profundizarse o en otros casos no progresar y finalmente morir.
- **Intercambio de información:** De la necesidad de interacción surge una tercera función, relacionada con el intercambio de información vivenciada en los vínculos establecidos, ya que el ser humano está constantemente enviando y recibiendo mensajes que finalmente pueden llevar a influir o no sobre ellos mismos o sobre los otros.

Para esta investigación es muy importante tener en cuenta esta última ya que lo que busca la Institución es tener un constante intercambio de información con sus alumnos, generado por dos necesidades, primero, la de mantenerlos al tanto de las actividades y noticias que les competen, y segundo, la de obtener una

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

retroalimentación. Así mismo crear y mantener vínculos con el tiempo (desarrollar sentido de pertenencia) e influir en sus actitudes y decisiones.

## **Comunicación Organizacional**

La comunicación organizacional es definida como:

*“Un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, entre la organización y su medio; o bien, influir en las opiniones, aptitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que ésta última cumpla mejor y más rápido los objetivos” (Fernández Collado, 1999)*

No se puede hablar de comunicación Organizacional sin especificar que está conformada por dos grandes apartados: comunicación interna y comunicación externa. Aunque ambas suenan contradictorias a fondo buscan lo mismo y cuando se gestionan en conjunto y correctamente se convierten en una herramienta de peso en el proceso de alcanzar los niveles de rentabilidad esperados por la compañía.

*“Al final, la coincidencia entre mensajes y objetivos perseguidos dentro y fuera de la empresa, aunque comunicados por canales y con formas diferentes, permite, en síntesis definitiva, aunar esfuerzos que van en una misma dirección: la del éxito” (Castro, 2007).*

El autor Benito Castro afirma que *“Una empresa debe organizarse primero internamente y luego aspirar a ganar afuera”* (Castro, 2007), y por lo tanto es necesario revisar y tener claros aspectos básicos como la gestión implementada, el producto o servicio que se ofrece, el proceso productivo que desarrolla y las ventajas competitivas frente a sus competidores. Una vez claros los aspectos la organización puede entrar a crear e implementar un plan que permita transmitir toda la información que de estos se genere. Si dicho plan logra difundirse y muestra resultados positivos, se verá reflejado exitosamente en la relación organización-medio.

La comunicación interna *“es aquella que trabaja en la concepción y desarrollo de la cultura corporativa de la empresa”* (Castro, 2007) por eso se debe buscar tener diferentes estrategias comunicativas las cuales logren generar al interior una cultura de flujo adecuado de información que repercuta positivamente en las relaciones entre las distintas áreas que la conforman y los procesos organizacionales que de dichas áreas se derivan. En cambio, la comunicación externa busca generar o solidificar las relaciones que la empresa tiene con su entorno, como su público objetivo y sus proveedores, además de proyectar una imagen y de promover su marca. Se debe tener en cuenta que esta actividad se

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

relaciona directamente con el área de Mercadeo o el área comercial de la empresa pero esto no significa que las demás áreas no tengan (así sea en menor medida) conexión con el medio.

Para el presente trabajo de investigación se considera clave desarrollar estrategias adecuadas para que el flujo de información entre directivas y estudiantes, entre éstos entre sí o entre docentes y estudiantes (por mencionar sólo algunas), se desarrolle adecuadamente y cumpla con éxito su cometido. El hecho de que los estudiantes (los clientes) se encuentren aglomerados en la institución representa una oportunidad y un gran reto, se espera que se dé una comunicación que supere los objetivos esperados de efectividad además de generar vínculos y facilitar la satisfacción de los estudiantes de pregrado.

- **Flujo de la Comunicación interna:** El propósito de la comunicación dentro de la empresa puede lograrse construyendo canales adecuados para el intercambio de información que permitan que ésta fluya lo más libre y flexiblemente posible en varias direcciones. A continuación se hará mención de las principales:
  - **Vertical y Horizontal:** La dirección vertical incluye el flujo que va de áreas de mayor jerarquía como directivos y administrativos a otras áreas de la organización (*descendente*) y viceversa (*ascendente*). La horizontal o lateral es la que se presenta entre las personas de una misma área o entre distintas áreas que estén en igual nivel o rango de la jerarquía. Esta última es muy positiva para evitar procesos burocráticos y lentos en una organización, además, es informal y promueve a la acción. (*Fuenmayor, 2010*). Para este trabajo se evidencia la importancia de analizar la comunicación horizontal entre los mismos estudiantes para entender sus motivaciones y formas de comunicación.

## **Plan de comunicación**

La necesidad de intercambio de información interna planteada anteriormente lleva a las organizaciones a buscar y desarrollar una forma de transmitir todos los mensajes que se derivan del contacto entre las áreas y entre todos los procesos que se llevan a cabo.

La definición de lo que es un plan de comunicación varía mucho entre autores, pero en lo que sí coinciden es que debe ser desarrollado de forma metódica, debe partir de un problema para así trazar unos objetivos y posteriormente definir las actividades que permitirán alcanzarlos.

Para esta investigación se tomará como referencia el planteamiento teórico del autor Benito Castro, quien sugiere los pasos y actividades que deben cumplir los La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

departamentos de comunicación de las organizaciones, y aplicarla no sólo a una acción concreta sino al conjunto de acciones que debe desarrollar para atender la necesidad de información que se genere.

- **Producción de ideas:** es importante como primera medida identificar problemas y posteriormente hacer una lluvia de ideas que permita plantear posibles soluciones y a partir de estas formar los mensajes que se transmitirán.
- **Adaptación del mensaje al canal:** después de definir que se tiene que decir es importante también identificar los públicos a los cuales se quiere llegar y así poder especificar la manera en que se transmitirá el mensaje ya que ésta puede variar según los intereses. Las formas más comunes para las empresas de transmitir sus mensajes son:
  - Intranet: es una red privada que sirve para compartir recursos entre computadoras.
  - Revista digital: herramienta que permite publicar artículos en versión digital y difundirlos por medio de la web, correo, etc.
  - Correo electrónico: es una canal de comunicación que permite enviar mensajes y compartir archivos de forma inmediata.
  - Reuniones: agrupación de varias personas para discutir, informar o tratar temas determinados, dentro de las empresas es común que se den reuniones entre miembros de una misma área o de diferentes áreas o entre empleados y la dirección general.
  - Boletín informativo: es una publicación que puede ser en formato digital o impreso; mensual, bimestral o trimestral donde se da a conocer anuncios, novedades y noticias de la empresa.
  - Tablón de anuncios: es un espacio que permite publicar información importante como anuncios, novedades y noticias, normalmente situado estratégicamente para que la mayor cantidad de personas lo puedan leer, (también puede ser digital).
  - Buzón de sugerencias: es una herramienta que promueve la comunicación ascendente, allí los empleados de las áreas de menor jerarquía pueden comunicar sus ideas y expresar sus sentimientos a las áreas de las que dependen.
- **Desarrollo de la estrategia:** consiste en contemplar cuáles serán las posibles respuestas de los públicos a los que se dirigirán los mensajes y de acuerdo a estas definir plazos en los que se cree que se obtendrán los resultados esperados. Es muy importante tener en cuenta que se deben planear otras opciones por si no funcionan la elegida en pasos anteriores

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

- **Valoración de resultados:** es necesario no sólo evaluar la estrategia previamente aplicada sino también el mensaje que se quiere transmitir y hacer retroalimentación para estar seguros que este llega de la forma adecuada y que el plan puede ser nuevamente aplicado en el futuro. Las formas más comunes para medir los resultados son:
  - Encuestas: que permitan conocer las opiniones acerca del plan en general.
  - Medición de audiencia: muchos medios electrónicos permiten medir el nivel de personas que han leído una publicación.

Finalmente es necesario sacar unas conclusiones acerca de lo que se consiguió y determinar si los objetivos esperados se cumplieron.

## **Medios y Herramientas de Comunicación**

**Medios de comunicación:** Dentro del proceso de comunicación, el medio es el canal por el cual se pretende transmitir el mensaje, buscando que llegue al receptor de la manera más indicada, por considerarse en cierta forma la mejor opción para llegar al público objetivo.

**Clasificación de los Medios**(Sandoval, 1990):

Por su estructura física los medios se clasifican en *auditivos* (como la radio); *visuales* (como los impresos), *audiovisuales* (como la Televisión) y *digitales* (computador, internet).

Por su carácter los medios se clasifican en *informativos*; de *entretenimiento*; de *análisis* y *especializados* (referidos a lo cultural y científico, centrados en temas que le interesan a un sector determinado).

“Por la capacidad de englobe o público que acoge” (Fischer & Espejo, 2004), los Medios se dividen en *Masivos* (cuando afectan a un mayor número de personas como la TV y la radio, internet); *Complementarios o Auxiliares* (cuando afectan a un menor número de personas como la publicidad exterior e interior, correo directo) y *Alternativos o innovadores* (los cuales utilizan medios digitales como protectores de pantalla, carritos de compras entre otros).

**Definición de algunos Medios de Comunicación:** Conocer los Medios de Comunicación existentes es un factor clave en el proceso de intercambio de información de toda organización porque permite ampliar la idea que se tiene, acercarse ella, fortalecer los vínculos entre el sujeto y la organización y finalmente influye en la toma de decisiones de éste. En la búsqueda del

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

entendimiento deseado del mensaje se deben evitar los ruidos para evitar distorsiones indeseadas.

Dado que los Medios son el canal de transferencia de la información es esencial que se conozcan las características, ventajas y desventajas que cada uno proporciona con el propósito de hacer elecciones acordes al público, finalidad y propagación del mensaje entre otros.

## **La Radio**

La Radio es un medio de comunicación masivo y unidireccional, que permite una interacción entre los emisores (grupo con la necesidad y capacidad de transmitir un mensaje), y los receptores (grupo que tiene las herramientas y disposición necesarias para recibir los mensajes), por medio de un proceso de transformación de sonidos a ondas hertzianas y viceversa. Dicho proceso se lleva a cabo en la central emisora y los radio receptores a través de circuitos eléctricos y la variación de ondas electromagnéticas.

### **Características**

En base a lo dicho anteriormente se puede establecer una serie de características del medio. Teniendo en cuenta el fácil acceso que tiene el público y las condiciones en las que es posible utilizarlo es válido señalar que está dirigido a públicos amplios y por consiguiente a grupos heterogéneos ubicados en territorios significativamente extensos, donde se recibe la señal en tiempo real y de manera simultánea en cualquier ubicación dentro de la zona cubierta. Así mismo y dada la pluralidad de los receptores, se establece que el contenido transmitido es en su mayoría público y que es abierto a cualquiera de ellos, donde la relación entre los diferentes receptores puede y es nula en la mayoría de ocasiones, pues normalmente no se conocen entre sí así compartan el mismo interés. Otra consecuencia que se presenta por la manera en la que se difunde el mensaje es que no existe comunicación visual en ningún sentido entre el emisor y su público y por tal motivo la relación es mas impersonal. Finalmente y dadas las condiciones de emisión de los mensajes se detecta que se requiere una organización formal compleja para poder emitir correctamente las señales y envíos deseados para que tengan un impacto sobre la población.

### **Funciones**

Aunque solo hay una forma de transmitir mensajes, La Radio puede utilizarse con diferentes fines, los cuales están determinados por factores culturales, lucrativos y de intención entre otros, y por lo tanto a través de este medio se puede transmitir información, publicidad y entretenimiento, se puede promover la cultura y la educación o también se pueden originar movilizaciones políticas y sociales o ideales de desarrollo.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.



Una forma en la que se puede direccionar la radio es hacia la educación. Esto se entiende como radio educativa, esta que posee una serie de características específicas y únicas, cuya finalidad general algún tipo de aprendizaje en la población que tiene el acceso este medio y que finalmente lo hace. Entre las características que se conocen sobre este medio cuando se utiliza para enseñar son: la información que se transmite permite un desarrollo de conocimiento, seguido de un enriquecimiento de expresión oral y creatividad. Tal como lo afirman Juan Jose Perona Páez y Maryluz Barbeito Veloso cuando dicen: “... *la radio puede tener múltiples aplicaciones: para despertar la imaginación entre los niños y las niñas, hasta convertirse en un formidable instrumento para mejorar la expresión oral y la capacidad creativa del estudiantado...*” (Perona & Barbeito, 2007)

### **Televisión educativa**

La televisión es un sistema de transmisión y recepción de imágenes y sonidos sincronizados que se proyecta en un televisor y cuya señal puede viajar largas distancias por medio de ondas electromagnéticas o por medio de cableado. La información transmitida viaja de manera unidireccional a partir del generador hacia los receptores que por medio de circuitos electrónicos logra proyectar la señal recibida. De esta manera el público o la llamada teleaudiencia puede disfrutar de la comunicación a través de este medio en diversas ubicaciones.

Cabe aclarar que la televisión educativa es solo una dirección que se le puede dar a la comunicación vía televisión, aunque la segmentación se presenta dado que es el contexto en el que se inscribe lo que le da orientación y significado educativo.

### **Características**

El uso de la televisión como medio educativo facilita la comprensión y construcción de ideas por medio del potencial comunicativo que tienen las imágenes, complementado con los sonidos y el lenguaje. De esta manera se cautivan una mayor cantidad de sentidos en el proceso y por lo tanto se facilita el mismo.

Por medio de la televisión educativa se proponen diferentes formatos a las diversas situaciones presentadas a través de este medio logrando en cada oportunidad desarrollar y destacar ideas particulares que hacen referencia a una virtud, un proceso o una reacción deseada. El nivel de complejidad debe estar relacionado con la capacidad de memoria y de observación del público al que se le está presentando dado que si se falla en este aspecto puede llevar a la dispersión y a la negación de utilizar este medio como un medio educativo.

### **Funciones**

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

El requisito principal del uso de la televisión como generador de aprendizaje sobre un público es que logre impactar su memoria y así mismo que aumente el conocimiento relativo sobre un tema para que pueda actuar y tomar decisiones basadas en la información que conoce y obtenga los resultados esperados. Para encaminar al público en esto, la televisión puede ser útil de diferentes maneras, inicialmente puede ser el medio en el cual se presente la información de manera organizada, permitirá siempre hacer una categorización de la información para la fácil comprensión de los temas. Además puede ser utilizada para motivar a través de la creación de vínculos entre las temáticas tratadas y el público, dado que puede solamente indicar como obtener información o acoplar el contenido a las necesidades de la audiencia. Otras funciones que se le pueden atribuir a este medio son las evaluativas, investigativas y expresivas ya que con ayuda de la creatividad la audiencia, que al mismo tiempo que es aprendiz, recurre a buscar respuestas, profundizar en dudas que se le hayan generado, o evaluar el conocimiento mediante la comparación de lo presentado y lo aprendido previamente.

### **Correos Electrónicos (E-mail)**

Con base en los avances tecnológicos percibidos en la última década aproximadamente se logró el establecimiento de comunicaciones a través de la red telefónica automática. Esto permitió que mediante el acceso a tal red se abriera un mundo cibernético donde se hizo posible el intercambio de información entre los usuarios con las herramientas necesarias para acceder. Como una de las posibilidades para intercambiar información se crean los mensajes electrónicos. Estos mensajes son comunicaciones escritas que se envían entre personas para discutir, informar o desarrollar otras funciones. Este medio es considerado como uno de los más ágiles.

#### **Características**

Los correos electrónicos son un medio de comunicación asíncrono dado que no exige la presencia física simultánea del emisor y receptor durante el acto comunicativo. Así mismo se entiende como un medio ubicuo, digital e informático porque la información se presenta en una secuencia de dígitos binarios que permite todas las funcionalidades de los ordenadores y el conjunto completo de la estructura de datos, todo eso en cualquier ubicación donde se tenga acceso a la red de telefonía automática y a las demás herramientas para acceder a ella.

Otras ventajas que se observan al usar este medio de comunicación son que permite la interacción entre diferentes usuarios, es decir, es bidireccional y por lo tanto todo usuario puede ser emisor y receptor. Adicionalmente la información que se envía puede ser escrita, pero al mismo tiempo permite el flujo de videos, imágenes, sonidos o cualquier otro archivo multimedia.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

## **Funciones**

Similar a los otros medios de comunicación explicados en el presente trabajo de investigación, los también conocidos como E-Mails pueden ser utilizados como herramienta empresarial o personal para compartir información de interés con otras organizaciones y/o personas. Sin embargo el medio también puede ser utilizado para entretenimiento, esparcimiento y educación.

Cabe resaltar que a nivel institucional u organizacional los correos electrónicos son utilizados principalmente con dos fines. El primero es permitir la comunicación entre los diferentes usuarios de información útil para el desarrollo de las funciones que se tengan dentro de la entidad, es decir, para que se permita el flujo de información dentro y fuera de esta y se puedan ejecutar las tareas asignadas. El segundo fin es establecer un vínculo entre entidad como empresa autónoma y sus dependientes, ya sean estudiantes, empleados o usuarios, de tal manera que estos puedan estar informados de lo que sucede en el ambiente en el que se desenvuelven. Un ejemplo de lo último puede ser el envío de comunicaciones corporativas o de boletines informativos.

## **Redes Sociales**

Si bien las redes sociales aun no son consideradas por la humanidad como medios oficiales de comunicación, es claro que se ha presentado un auge en el uso de las mismas. Las redes sociales, según Orihuela son *“Servicios basados en la web que permiten a sus usuarios relacionarse, compartir información, coordinar acciones y en general mantenerse en contacto”* (Orihuela, 2008)

## **Características**

El primer acercamiento que se dio a las redes sociales fue el nacimiento del Messenger creado por Microsoft como una herramienta o canal que permitiera el intercambio de mensajes instantáneos en tiempo real por medio de una plataforma en los ordenadores. Desde su nacimiento hasta ahora, este canal (las redes sociales) ha enfocado su desarrollo en el flujo de información social de las personas, en versión multimedia. Al mismo tiempo ha permitido la creación de grupos de interés y la planeación y desarrollo de actividades de entretenimiento.

Se caracteriza por ser un canal bidireccional o múltiple ya que ofrece el intercambio de información de infinidad de usuarios en tiempo real pero también puede ser utilizado como un medio ubicuo dependiendo de las herramientas que se ofrecen y que se quieran utilizar en las diferentes plataformas. El uso de las redes sociales se dio inicialmente por un público de corta edad, sin embargo, con el avance de la tecnología y al grado de utilización de la misma, la población que tiene relación con este medio es cada vez mayor y por lo tanto existe más variedad en la edad de los usuarios.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

## **Funciones**

Existe diversidad de espacios ofrecidos por las redes sociales. En primer plano se observa que está enfocado al entretenimiento del público, sin embargo gracias a la creación de los diversos grupos de interés se ha permitido la incursión del Marketing y de modelos de distribución de información. Por esta razón el enfoque inicial al entretenimiento se ha conjugado con la necesidad de un mayor flujo de la información y se ha logrado compenetrar de tal manera que combina educación, información y entretenimiento.

## **Investigación etnográfica**

La etnografía (Mariampolski, 2006) puede tener varias definiciones que se complementan dentro del contexto de mercadeo, las cuales están basadas en la diferencia que hay entre la etnografía como un enfoque intelectual, y los métodos etnográficos como modelo para prácticas aplicadas.

Por lo tanto, vista desde una perspectiva teórica, la etnografía se enfoca en la cultura y en la observación del comportamiento, y se entiende como la principal herramienta para explicar el pensamiento del consumidor.

Mientras que la etnografía como metodología se enfatiza en la observación y en el contacto directo con el consumidor dentro de su contexto natural de adquisición y uso del producto (para este caso se entiende el producto como la comunicación en la EIA). Muchas veces este método debe ser contrastado con estudios probabilísticos, análisis de mercados, entre otros.

Dentro de las características que hacen diferente la etnografía de otras metodologías se encuentran:

- Basada en la realidad: la etnografía se lleva a cabo en el contexto de los encuestados, mientras ellos usan o compran el producto, o en las actividades diarias, mientras están en sus hogares, trabajos o sitios públicos, por lo tanto se reduce el sesgo ocasionado por tratar de ser alguien y acomodarse a una situación artificial como en otros métodos.
- Observación: además de las tradicionales preguntas para responder, la etnografía utiliza la observación como método para recolectar información.
- Improvisación: las visitas tienden a ser menos estructuradas y no son dirigidas por el investigador, el consumidor tiene la libertad de dirigir la secuencia de eventos y el observador se basa en estrategias para tratar de entender y confirmar hipótesis que se tengan.
- Comprensivo: se explora “un día en la vida de...” o el uso de un producto, el consumo, o ciclo de compra, por ejemplo. Es capaz de identificar detalles que otras metodologías no permiten o son pasadas por alto.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

- Contextual: trata de abarcar todo el ambiente asociado al uso del producto y analiza todas las variables que influyen, como la interacción con otras personas o con otras situaciones en particular, que finalmente permiten obtener más información.

Los objetivos que busca alcanzar la etnografía son (Mariampolski, 2006):

- Conocer profundamente el consumidor: la información simplemente descriptiva es importante, pero el objetivo real es ir más allá y profundizar, lo que enseñará a los productores cómo satisfacer a su cliente.
- Ver las cosas desde el punto de vista del consumidor: esto ayuda a que los investigadores suspendan sus propios prejuicios, y al tener la perspectiva del consumidor puede saber qué piensa cuando nuevos productos son lanzados, por ejemplo.
- Ser abierto a otros puntos de vista: los etnógrafos deben aceptar alternativas diferentes que compitan contra sus propias ideas.
- Explorar contextos y condiciones: se debe ir más allá del producto o de la categoría y explorar mediante comparaciones con otros productos en el mismo ambiente.
- Buscar sentimientos y emociones detrás del comportamiento e la gente: se debe investigar emociones detrás de las expresiones y actitudes mediante el análisis del lenguaje corporal, por ejemplo.
- Describir actitudes y comportamientos lo más detallado posible: requiere observar el proceso de consumo y las actitudes que genera, esta información que incluye las expectativas y estándares de satisfacción ayudará más adelante en el desarrollo de nuevos productos.
- No asumir que se sabe todo de cierta categoría: los etnógrafos deben aprovechar cada estudio y mirarlo como una oportunidad de aprender nuevas ideas, perspectivas y métodos.

## La observación

La principal herramienta utilizada en la etnografía es la observación, para un uso correcto de esta se debe conocer y entender su aplicación, por lo tanto a continuación se define el concepto a profundidad:

Los autores Sierra y Bravo definieron la observación como: “*La inspección y estudio realizado por el investigador, mediante el empleo de sus propios sentidos, con o sin ayuda de aparatos técnicos, de las cosas o hechos de interés social, tal como son o tienen lugar espontáneamente*”. (Moran, 2007).

Tipos de observación:

- Observación participante: es una técnica que incluye vivir con otra cultura en un periodo de tiempo asumiendo un papel dentro de esa sociedad para

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

finalmente obtener información desde esa perspectiva acerca del grupo estudiado.

- Observación no participante: la observación directa se hace de una manera más objetiva, el observador no hace parte de la comunidad debe ser neutral para no crear un sesgo a partir de las reacciones que pueda causar, por el contrario es aceptado como exterior.

Es importante que los investigadores miren y escuchen atentamente y dejen todo registrado para un análisis posterior. Existen recursos que permiten llevar un registro detallado, entre esos están:

1. Para registros anecdóticos: Cuaderno de notas, pauta de registro.
2. Para registros visuales: videograbadora, cámara fotográfica, croquis.
3. Para registros de audio: grabadora de audio.

El éxito del análisis final depende de la información que se logró captar, de ahí viene el descubrimiento de patrones, de actitudes, de gustos, de prácticas, etc.

### **Las metáforas y las construcciones sociales**

Con la finalidad de realizar una investigación etnográfica satisfactoria es importante comprender todo aquello que caracteriza al grupo de personas estudiado y por lo tanto percibir sus preferencias a través de lo que comunican no solo sus palabras en sentido literal, sino en sus expresiones, movimientos y emociones.

El primer elemento clave que se debe conocer para entender el lenguaje son las metáforas que se utilizan mientras se habla, puesto que mediante estas es posible transportar el pensamiento inconsciente o tácito a un nivel consciente donde es posible examinarlo. Las metáforas son utilizadas para expresar un pensamiento en términos de otro y son creaciones que se generan a partir de percepciones culturales, sociales y demás conexiones que entabla el ser humano, y con las cuales son más fáciles explicar ideales, emociones y sentimientos sobre algún tema. En otras palabras, cuando se conocen los significados de las metáforas se hace posible el estudio del lenguaje y procesos cognitivos que van más allá del lenguaje literal y permite hacer una representación comunicable de los pensamientos y emociones difíciles de describir o comunicar a partir del entendimiento de los sistemas sensorial y motor. De igual forma también es importante tener en cuenta que las metáforas no existen como palabras memorizadas sino que representan redes de ideas abstractas que constituyen parte de la imaginaria mental o mapas de consenso del ser humano.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

Mediante la comprensión de las metáforas culturales y sociales que presenta cada grupo de personas es posible generar una serie de eventos o situaciones que influyen a estas mismas a actuar de cierta manera y obteniendo como consecuencia cambios en las conductas de los consumidores tales como las decisiones de compra, ya sea de productos o de servicios de las diferentes compañías.

Otro aspecto que es importante evaluar y que de cierta manera hace parte de las metáforas son los constructos. Estos se describen como una etiqueta o nombre que se le otorga a una situación o conducta específica con la finalidad de representar una interpretación de la misma. Un claro ejemplo que se puede brindar en esta descripción son los valores, estos son solamente una etiqueta comúnmente aceptada para un comportamiento específico, sin embargo, la descripción de la etiqueta puede variar de acuerdo a la interpretación y a la experiencia. Según Zaltman, los constructos:

*“No son los pensamientos reales, sino simplemente etiquetas utilizadas con buena intención para captarlos y expresarlos. Son atajos que resumen las ideas de otros. No obstante, estas etiquetas pueden influir en las conclusiones que se extraen.”*

Por su parte los arquetipos o también llamadas metáforas esenciales son aquellas imágenes o palabras que resumen por sí solas aspectos generales, fundamentales y universales de una serie de experiencias, lo cual facilita la necesidad de comunicación al resumir y determinar una situación universalmente aceptada. Algunos ejemplos de arquetipos que se pueden encontrar son aquellas palabras tales como: héroe, villano y sabio entre otros.

Al mismo tiempo estos arquetipos evocan sentimientos y emociones que proporcionan situaciones de recordación de eventos, experiencias y situaciones que finalmente tendrán repercusión en la recordación de los mismos y que en cada caso puede incidir en la creación de una necesidad de consumo.

Para hacer una investigación cualitativa el reconocimiento de arquetipos es una etapa fundamental en el desarrollo de dicha investigación y en el posterior análisis de los resultados, pues el reconocimiento de estos permite encontrar vínculos entre los comunicados y a su vez estudiar los cuadros o mapas mentales que se crean alrededor de una experiencia. La finalidad de conocer estos mapas radica en la definición de las campañas mercadológicas y la asociación que se desea plantear con un producto o servicio que se va a ofrecer y el cual se espera plasmar en la memoria de los consumidores de diferentes culturas dado que este es un concepto totalmente universal.

## **Benchmarking**

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

El Benchmarking es un concepto del cual se ha estado hablando desde finales de los años 80, la primera compañía en hablar de este concepto fue Xerox, quien comenzó a revelar la diferencia que había en el desempeño de la empresa y en sus competidores.

El experto en Benchmarking Michael Spendolini lo define como “Un proceso sistemático y continuo para evaluar los productos, servicios y procesos de trabajo de las organizaciones que son reconocidas como representantes de las mejores prácticas, con el propósito de realizar mejoras organizacionales” (Spendolini, 1994). Esta definición es algo general y las empresas siempre han buscado adaptarlas a circunstancias específicas, así que terminan por crear sus propias definiciones y basan sus procesos en estas. Lo importante es tener en cuenta que se debe separar medidas que son comunes entre la organización y la otra como la manufactura por ejemplo y comparar las prácticas de una función específica entre el propio negocio y las empresas que se identifican como líderes o innovadoras en esta función.

El autor propone crear una definición a partir de un menú de Benchmarking creado por él, el cual consiste en elegir una palabra o frase de cada uno de los nueve grupos. La definición que más se acomoda a esta investigación es:

“Un proceso sistemático y continuo para entender, diagnosticar, medir y comparar las operaciones de las Instituciones que son Reconocidas como representantes de las mejores prácticas con el propósito de realizar mejoras organizacionales”.

### **Tipos de Benchmarking**

- Benchmarking Interno: su objetivo es identificar estándares de desarrollo dentro de la organización, por lo tanto se debe entender que existen diferencias entre los distintos procesos de trabajo y que algunos pueden ser más eficientes y eficaces que otros para finalmente identificar las mejores prácticas internas y aplicarlas a otras partes de la organización.
- Benchmarking competitivo: su objetivo es identificar productos, servicios, procesos y resultados de los competidores directos y compararlos con los de la organización. Lo ideal es analizar una compañía que emplee tecnologías o prácticas similares o idénticas a las de la organización.
- Benchmarking funcional: su objetivo es identificar productos, servicios, procesos y resultados de organizaciones que no son necesariamente competencia directa de la organización sino que tienen una excelente reputación en un área funcional específica. Las áreas funcionales son las que hay en todas las organizaciones sin importar el tipo de producto o servicio o a la industria a la que pertenezca, entre esas áreas están: manufactura, marketing, ingeniería y recursos humanos.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.



## **Modelo del proceso de Benchmarking**

Michael Spendolini desarrolló un modelo básico del proceso de Benchmarking a partir de una investigación que realizó para encontrar las etapas que cualquier compañía que quisiera aplicar benchmarking debía aplicar.

1. Determinar a qué se le va a hacer benchmarking: en esta etapa se debe identificar quienes son los clientes, (quienes necesitan el benchmarking) y qué tipo de información necesitan (qué necesidad crítica poseen). Es necesario escoger el tipo de benchmarking que se aplicará de acuerdo a los objetivos deseados por los clientes, por lo tanto se debe definir si se hará benchmarking interno, externo, funcional o una combinación de los tres. Se debe definir el uso de la información que se encontrará, que planea el cliente hacer con ella: comparaciones, desarrollar planes estratégicos, fijar metas, etc.
2. Formar un equipo de benchmarking: es necesario formar un equipo debido a la cantidad de trabajo y la extensión de la investigación, éste siempre se debe guiar por un propósito común, pero es bueno alimentarlo de diferentes perspectivas, habilidades especiales y experiencias laborales que pueden aportar los diferentes miembros.
3. Los tipos de equipos de benchmarking definidos por Michael Spendolini son: grupos funcionales de trabajo, equipos interfuncionales y equipos ad hoc.
4. Identificar los socios del benchmarking: Se definen los socios como “cualquier persona u organización que le da a usted información relacionada con la investigación de benchmarking”(Spendolini, 1994), el habla de dar un enfoque de asociación y dejar de ver a la competencia como un enemigo, sólo así se obtendrá más información y de alta calidad.
5. Recopilar y analizar la información del benchmarking: “una de las reglas fundamentales del benchmarking es conocer uno sus propios procesos, productos y servicios antes de intentar conocer los procesos, los servicios y los productos de otra organización”(Spendolini, 1994). La recopilación de información será de mucha utilidad y más si se está completamente seguro que servirá a largo plazo y será completamente confiable a medida que pasa el tiempo. Por lo tanto el autor sugiere crear una red de información que a partir de su evolución a través del tiempo permita encontrar información de manera más eficiente.
6. Previamente a la investigación se hizo un análisis con los departamentos de mercadeo y comunicación de la universidad y con ayuda de sus miembros se conoció el proceso de comunicación completo y la perspectiva que tienen ellos de él.
7. Después de conocerse a uno mismo y tener claro qué tipo de información se quiere recopilar, las fuentes de información y las organizaciones dónde se hará la investigación se debe definir cómo se recopilará esa

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

- información, el autor sugiere utilizar entre muchos métodos: entrevistas telefónicas, entrevistas personales y visitas de campo, encuestas, publicaciones o medios de comunicación e investigación en archivos.
8. La mejor forma de elegir cuál es el método adecuado es pensar en el tipo de información que requieren los clientes, que tan específica debe ser y la cantidad y calidad.
  9. El método de entrevistas personales y visitas de campo es el más adecuado para la investigación, las entrevistas pueden llegar a ser muy productivas y permiten recopilar información más detallada y la visita puede arrojar resultados mediante la observación por dar la oportunidad de mirar el proceso de trabajo en acción.
  10. Luego de recolectar la información se analiza para sacar conclusiones, eliminando los datos que no son exactos y utilizando los que realmente son útiles para buscar patrones que revelen tendencias entre las organizaciones.
  11. Actuar: Al llegar al final del proceso de Benchmarking se espera obtener la suficiente información para responder a esas necesidades críticas de los clientes, definidas en el primer paso. El autor sugiere una serie de acciones que permitirán aprovechar al máximo esa información y que lleven a que el proceso sea un éxito. Entre esas acciones se encuentran: Producir un informe o resumen de Benchmarking, presentarle un resumen a los clientes del Benchmarking, comunicar los hallazgos, Buscar oportunidades, y finalmente, estimular los esfuerzos para reiniciar el ciclo.

### **1.3.2 Marco Contextual**

De acuerdo a la propuesta que se plantea en el proyecto, es importante contextualizar el entorno en el que se desenvuelve toda la problemática y por lo tanto poder direccionar de manera adecuada todas las actividades de investigación necesarias para plantear soluciones sólidas y coherentes que permitan una mejora significativa tanto a corto como largo plazo.

El entorno donde se piensa desarrollar en proyecto es aquel que enmarca todo el ámbito comunicacional de la Escuela de Ingeniería de Antioquia y su impacto sobre todo el cuerpo estudiantil de pregrado que la compone. Por tal motivo cabe resaltar las características de la institución como academia.

Además del análisis del entorno se requiere hacer un acercamiento teórico a lo que son los jóvenes hoy y la relación con su familia

### **La Institución**

La Escuela de Ingeniería de Antioquia fue fundada el 14 de febrero de 1978 por un grupo de 27 ingenieros y un abogado. Su propósito era crear una institución

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

de educación superior enfocada en la enseñanza de la ingeniería, complementada con una formación ética y el desarrollo de valores, que hoy se refleja en los elementos de la planificación estratégica de la institución.

Los componentes de tal planeación establecen el propósito de obtener como resultado la formación integral de profesionales de la más alta calidad académica y personal:

### **Misión:**

*“La Escuela de Ingeniería de Antioquia es una institución privada, de educación superior, sin fines lucrativos, cuya misión es la formación integral de profesionales de la más alta calidad en sus programas de pregrado y postgrado, el fomento a la investigación aplicada y la interacción con el entorno, con lo cual procura el desarrollo tecnológico, económico, cultural y social de la nación.*

*Como comunidad académica propicia la visión global, la creatividad, el trabajo en equipo, el mejoramiento de la calidad de vida y el respeto por el medio natural, atendiendo los principios de la ética y la justicia”.*(Escuela de Ingeniería de Antioquia, 2010)

### **Visión:**

*“Ser una de las mejores instituciones de educación superior de ingeniería en Colombia, reconocida nacional e internacionalmente por la calidad de ingenieros y profesionales que forma, por sus resultados en investigación aplicada y por su contribución efectiva a la sociedad”.*(Escuela de Ingeniería de Antioquia, 2010)

### **Otras características y especificaciones**

La institución ofrece tanto programas de pregrado como de postgrado, y cuenta con dos sedes, una ubicada en el barrio de Zúñiga en Envigado cuya disposición es para el desarrollo de los cursos de postgrado, y la otra también en Envigado ubicada en el kilómetro 2 vía las palmas, en funcionamiento desde el año 2008 y cuyo fin es brindar un espacio para todos los programas de pregrado y la sección administrativa de la universidad.

La oferta en programas de pregrado la componen 7 carreras enfocadas en la ingeniería que son: Ingeniería Ambiental, Administrativa, Civil, Industrial, Informática, Mecatrónica, Ingeniería Biomédica, esta última en convenio con Universidad CES, para formar un total de 1572 estudiantes (pregrado) de manera integral dado que además del programa académico que cada uno de ellos cursa, se ofrece una amplia gama de cursos y actividades extracurriculares que

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

construyen bases sólidas de pensamiento y de estilos de vida coherentes con la globalización, el desarrollo y la practicidad. (EIA, 2011)

## Familia y el joven de hoy

“La familia es reconocida como el núcleo vital de la sociedad; como el hábitat natural encargado de educar y preparar a la persona humana para su inserción en la vida social, a través de la interiorización de valores y pautas de comportamiento. Es una institución social que satisface la necesidad del ser humano de compartir su vida con otros en el aspecto afectivo y social.” (Sabana, 2006)

Para la presente investigación se hace necesario definir el joven de hoy y su proceso de desarrollo y adaptación social, por lo tanto se tomará en cuenta la teoría del desarrollo psicosocial expuesta por Erikson la cual se refiere a ocho etapas por las cuales el individuo atraviesa en el proceso de crecimiento físico y mental. *“Cada etapa comprende la solución de un conflicto importante que surge de la interacción social del individuo. El avance de una etapa a la siguiente exige la solución de este conflicto, un logro que evoluciona con el desarrollo y se convierte en una competencia nueva.”* (Lefrancois, 1999)

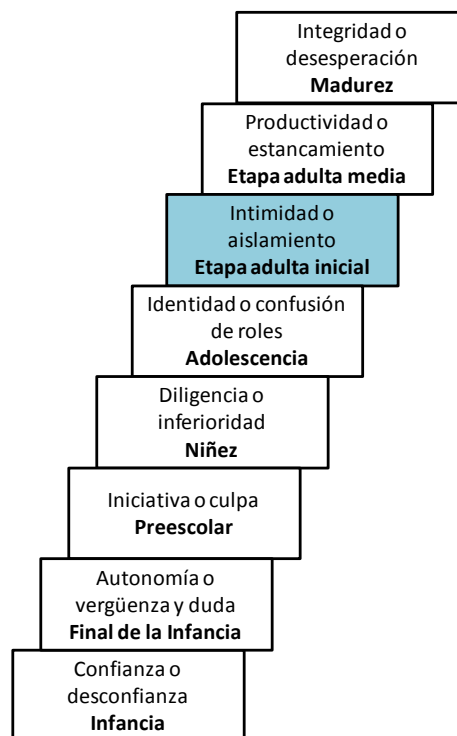


Ilustración 2: Esquema de la teoría psicosocial de Erikson

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

La etapa adulta inicial corresponde al rango de edades comprendido entre los 18 y 34 años, siendo este rango en el que se encuentra la población actual de la institución. Durante este periodo, un joven adulto se caracteriza por estar en un proceso de definición de su personalidad a través de la toma de decisiones, lo que podría llevarlo finalmente a la intimidad o aislamiento social permitiéndole encontrar un equilibrio entre el compromiso y la identidad independiente.

Debido a los cambios experimentados entre la etapa de adolescencia y adulto joven y a esa necesidad de intimidad anteriormente mencionada la relación entre padres e hijos (en la etapa joven adulta) sufre una serie de cambios. *“Los adolescentes alcanzan la autonomía afirmándose en un contexto de relaciones estrechas y de respaldo con sus padres más que distanciándose de ellos”*. Lo que afirma que los padres influyen considerablemente sobre las decisiones que toman sus hijos, específicamente se puede hablar de una influencia en las conductas que el entorno social presenta y que finalmente son ellos los que tienen la libertad de escoger. Algunas de estas conductas están relacionadas estrechamente con las drogas, el sexo y el alcohol. El autor Arturo Ramo García afirma que *“Es importante que los hijos encuentren alguien en casa al volver del colegio, a la hora de la cena y al ir a dormir, pero es más influyente la cercanía emocional que la física”* (Ramo García, 2004).

Al observar el proceso de desarrollo social en el joven se pueden señalar claramente dos ejes relacionales en torno a los cuales éste va construyendo su identidad: el eje de las relaciones con los padres, el cual le enseña y construye en él la idea y función de la ley y del límite, puesto que ellos le van enseñando lo que debe y no debe hacer, así como las consecuencias de sus actos, lo “bueno” y lo “malo”, según la cultura que los mismos padres quieren transmitirle. El segundo eje es horizontal, es la relación con los hermanos o fraterna, la cual aporta en su formación el aprendizaje de la solidaridad y el compartir con el otro, puesto que esto se hace necesario cuando se convive con otro par, con otro u otra que es contemporáneo (a), con necesidades similares y construyendo también su propia identidad, por lo que les puede quedar más fácil solidarizarse y entenderse entre ellos. La influencia de estos dos ejes se observó en los jóvenes entrevistados para el presente estudio.

Finalmente, el tema de cómo ven los jóvenes a sus padres ha sido objeto de estudio en varias ocasiones y como resultado principal se ha encontrado que éstos ven a sus padres como un apoyo incondicional, solicitan y valoran sus consejos pero siempre son ellos los que toman la decisión final. Siendo ellos el único referente adulto que tienen en la mayoría de los casos, influyendo enormemente en sus expectativas para el futuro.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

## 2 METODOLOGIA DEL PROYECTO

La metodología que será utilizada en la realización del proyecto abarcará diferentes tipos de investigación según las características de los objetivos definidos previamente.

Para la caracterización de la estrategia actual de comunicaciones, que corresponde al objetivo número uno se buscará información secundaria proporcionada por expertos de la institución, al igual que la aplicación de una entrevista a la persona responsable de este tema y se realizará una encuesta que permitirá evaluar la estrategia que actualmente se está implementando, la cual permitirá obtener resultados más exactos y acordes con la realidad.

Con la finalidad de resolver el objetivo número dos, que consiste en caracterizar demográfica y sicográficamente a los estudiantes de pregrado de la Escuela de Ingeniería de Antioquia, se realizará una investigación mixta (cuantitativa y cualitativa). La caracterización tendrá como fin entender los gustos y preferencias de los estudiantes que estén ligados principalmente a la comunicación, y se utilizará el método etnográfico llamado “un día en la vida de...” que usa la observación como principal elemento para analizar el comportamiento de los individuos.

La población a la cual estará dirigida la encuesta será aquella conformada por los estudiantes de pregrado de la Escuela de Ingeniería de Antioquia, representados en una muestra de personas seleccionadas aleatoriamente de acuerdo a las características de la misma. En cuanto a la investigación etnográfica se hará un seguimiento durante un día a una muestra de estudiantes previamente seleccionados por sus características demográficas, para obtener a través de la observación y entrevistas en profundidad la mayor información posible acerca de sus gustos, preferencias, hábitos, y su estilo de vida en general.

Para el objetivo número tres, fundamentado en la información que se pueda obtener de otras instituciones universitarias de Medellín, se utilizará el método de Benchmarking para recolectar y analizar información a través de la observación en las sedes y de entrevistas a profundidad con los encargados del área de comunicaciones. Para todo el proceso de observación se dedicará cierto tiempo en recorrer las instituciones y ver el comportamiento de los estudiantes y su actitud frente al proceso comunicacional que se lleva a cabo en la institución. Finalmente las entrevistas se harán siguiendo un formato previamente diseñado y que tiene la finalidad de obtener información de las estrategias de comunicación aplicadas por cada universidad.

A partir de los resultados arrojados por la información recopilada en la investigación previamente descrita se espera definir segmentos de la población. La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

estudiantil de pregrado que a su vez sean útiles para comprender el comportamiento de los estudiantes.

Después del análisis de la información obtenida durante el proceso investigativo y con el fin de desarrollar el objetivo número cuatro, se hace posible la definición de ventajas, desventajas y cambios que se deben generar en la estrategia de comunicación incluyendo los medios y metodologías utilizadas. Este proceso arroja propuestas de medios que se deben mantener, discontinuar y/o modificar para lograr una comunicación asertiva.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.

### 3 DESARROLLO DEL PROYECTO

#### 3.1 Caracterización de la estrategia actual de comunicación interna de la Escuela de Ingeniería de Antioquia

Para esta investigación se requiere tener una información previa que permita conocer el área de comunicaciones de la Escuela de Ingeniería y cómo lleva a cabo el proceso de comunicación dentro de la institución.

##### 3.1.1 Proceso comunicacional en la institución

###### Medios actuales

Los medios que actualmente emplea la EIA (A junio de 2011) para comunicarse con sus estudiantes hacen parte de la estrategia que se ha usado desde la anterior dirección del área, la cual ha estado enfocada en velar por la imagen de la Institución y su posicionamiento entre los públicos internos y externos por medio de la difusión de mensajes en dispositivos de comunicación adecuados que fueran coherentes con la misión Institucional.

A continuación se muestra la descripción de cada medio con sus principales características y el público al cual va dirigido (Ver Anexo 1: Ilustración para cada medio, pág. 85)

Alcance	Nombre	Descripción	Tipo	Público	Frecuencia	Responsables
Interno	Boletín Electrónico ECO, (Desde 2008)	Es el medio de comunicación formal oficial de la Universidad, asignado a estudiantes, docentes y funcionarios para su uso diario en la comunicación personal. Sirve de plataforma para el envío permanente de circulares, boletines y mensajes institucionales de impacto interno y externo que buscan mantener informada a la comunidad universitaria.	Electrónico	Todos	Quincenal estudiantes, semanal empleados y profesores	Coordinación de Comunicaciones

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no compromete a la EIA.



Alcance	Nombre	Descripción	Tipo	Público	Frecuencia	Responsables
Interno	Carteleras, (Desde la antigua sede, pero lo que son hoy desde 2008)	Comunicaciones cuenta con tres carteleras instaladas en el piso de laboratorios y un "biombo" en el hall principal. También hay carteleras en las diversas aulas de toda la EIA. El resto de las carteleras son administradas y actualizadas por las diversas unidades académicas las cuales están en potestad de informar a su público noticias de interés académico y cultural según lo consideren necesario.	Impreso	Todos	Permanente	Coordinación de Comunicaciones y Secretarías de Unidades Académicas
Interno	Pantallas de TV, (Se implementaron desde 2010)	El Sistema de pantallas de tv es un medio de comunicación institucional que busca afianzar el sentido de pertenencia en la EIA y sirve para informar sobre las campañas y novedades de la Universidad.	Audio visual	Todos	Semanal	Coordinación de Comunicaciones
Externo	Grupo en Facebook (Desde 2 de diciembre de 2008)	Es el espacio de noticias de la EIA esta importante red social en la web, en donde se presentan noticias diarias producidas por la Institución y que pueden ser de impacto interno y externo.	Digital	Todos	Permanente	Coordinación de Comunicaciones
Externo	Twitter (Desde 26 de Febrero de 2009)	Cuenta de la EIA en este medio de difusión para noticias y acontecimientos breves.	Digital	Todos	Permanente	Coordinación de Comunicaciones

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Alcance	Nombre	Descripción	Tipo	Público	Frecuencia	Responsables
Externo	Linked In	Red social de PROFESIONALES para el intercambio de conocimientos, noticias, oportunidades de empleo y demás.	Digital	Todos	Semanal	Coordinación de Comunicaciones
Externo	Youtube, (Desde 9 de Febrero de 2009)	Sitio web para albergar, promover y compartir material audiovisual de la EIA.	Digital	Todos	Mensual	Coordinación de Comunicaciones
Externo	Página Web EIA, (Última versión lanzada el 1 de enero de 2010)	Sitio web oficial de toda la información académica e institucional de la EIA	Digital	Todos	Previo requerimiento	Webmaster EIA
Mixto	Blog Reflexiones Ciudadanas, (Desde 2009)	Blog de debate, opinión y construcción ciudadana de la EIA	Digital	Todos	Indeterminado	Indeterminado
Mixto	Revista Tangente	Revista estudiantil de la Escuela de Ingeniería de Antioquia	Impreso	Todos	Semestral	Mercadeo EIA y sus coordinaciones
Mixto	Blog Tangente, (Desde 2010)	Edición digital de la revista estudiantil de la Escuela de Ingeniería de Antioquia	Digital	Todos	Quincenal	Coordinación de Comunicaciones
Externo	Flickr, (Desde junio de 2009)	Sitio Web que alberga parte del archivo fotográfico de la EIA	Digital	Todos	Mensual	Coordinación de Comunicaciones

**Tabla 1: Medios a coordinar y administrar**

Como medio oficial de comunicación formal en la Universidad se utiliza el Boletín electrónico. Es importante tener en cuenta que ha ido evolucionando de acuerdo al entorno y esto es lo que ha permitido su posicionamiento. Hasta el 2007 se difundía a través de la Intranet y no tenía ningún tipo de segmentación. Sin embargo, para el año 2008 se creó una segmentación de la información y se definió tanto la periodicidad como las diferentes secciones, seguidos por una serie de cambios que se han ido haciendo a través de los años hasta llegar a ser La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

lo que es hoy: El medio que de forma permanente envía circulares, boletines y mensajes institucionales.

Dentro de los medios más nuevos se pueden destacar las pantallas de TV, las cuales surgieron anteriormente, en el año 2010, como la idea de implementar un canal institucional, pero debido a la necesidad de una alta inversión en recursos se habilitaron inicialmente 3 pantallas, manejando una plantilla en Power Point. Hoy en día se maneja un contrato con la empresa *“en medio”*, donde ellos se encargan del manejo técnico y administrativo y a cambio no hay ningún tipo de inversión por parte de la Institución y tienen algunos segundos para comunicar aspectos referentes a esta.

Se debe destacar la intención en años anteriores para comunicarse con los estudiantes a través de las redes sociales, las cuales hacen parte de los medios digitales que hoy en día buscan los jóvenes para mantenerse informados, gracias a su acogimiento todavía se utiliza y es la principal forma de relacionarse con ellos. Hoy en día la Universidad posee: grupo en Facebook, cuenta en Twitter, cuenta en Linked In, canal en Youtube, entre otros. Como dato adicional es importante tener en cuenta que *“la EIA fue la primera Institución de educación superior en Medellín en crear espacios de comunicación entre ella y los estudiantes en las redes sociales, sin embargo falta mejorar y aprovechar más la gran acogida que tiene este medio”* (Martínez, 2011)

El crecimiento de los usuarios que siguen la página de la Universidad en Facebook se evidencia a través de unas estadísticas que la misma página genera y que permite ver el crecimiento de “me gusta” (total de fans desde la creación de la página), tener estadísticas de cuantos fans son mujeres, cuantos fans son hombres, estadísticas de las fotos, los videos y las páginas en general creadas por la Institución. (Trujillo, Estadísticas cuenta en Facebook, 2011).

A continuación se muestran los datos de crecimiento del número de usuarios, las principales interacciones hechas y el total de visitas a la página durante todo el año 2010 y en el periodo comprendido entre el primero de enero y el 15 de noviembre de 2011, los cuales fueron proporcionados por el departamento de comunicaciones en Noviembre de 2011.

## Usuarios [Ver detalles](#)

Nuevos "Me gusta"<sup>?</sup> Total de "Me gusta"<sup>?</sup>  
**828** 1.970 % **1.250**

### Usuarios activos<sup>?</sup>

usuarios activos por día  Usuarios activos por semana  Usuarios activos por mes

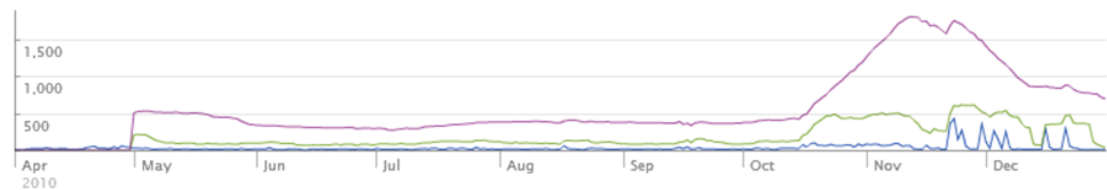


Ilustración 3: Crecimiento en la cantidad de usuarios que siguen la página durante el año 2010

Ilustración 4: Consumo de contenido multimedia durante el año 2010

## Consumo de contenido multimedia<sup>?</sup>

Reproducciones de videos  Reproducciones de audio  Visualizaciones de fotos



## Visitas a la página<sup>?</sup>

Visitas a la página  Visitas únicas a la página



## Total de visitas de las pestañas<sup>?</sup>

**16.598** Muro  
**3.435** Foros de debate  
**1.617** Fotos  
**1.394** Pregrados  
**605** Postgrados  
**571** Information  
**252** Notas  
**130** Contacto  
**123** Cuadros

## Procedencias externas<sup>?</sup>

**814** eia.edu.co  
**679** facebook.com  
**544** www.facebook.com  
**213** google.com.co  
**37** www.eia.edu.co  
**25** google.com  
**17** search.conduit.com  
**13** google.es  
**11** bing.com

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

**Ilustración 5: Total de visitas a la página durante el año 2010**



**Ilustración 6: Total de interacciones durante el año 2011**

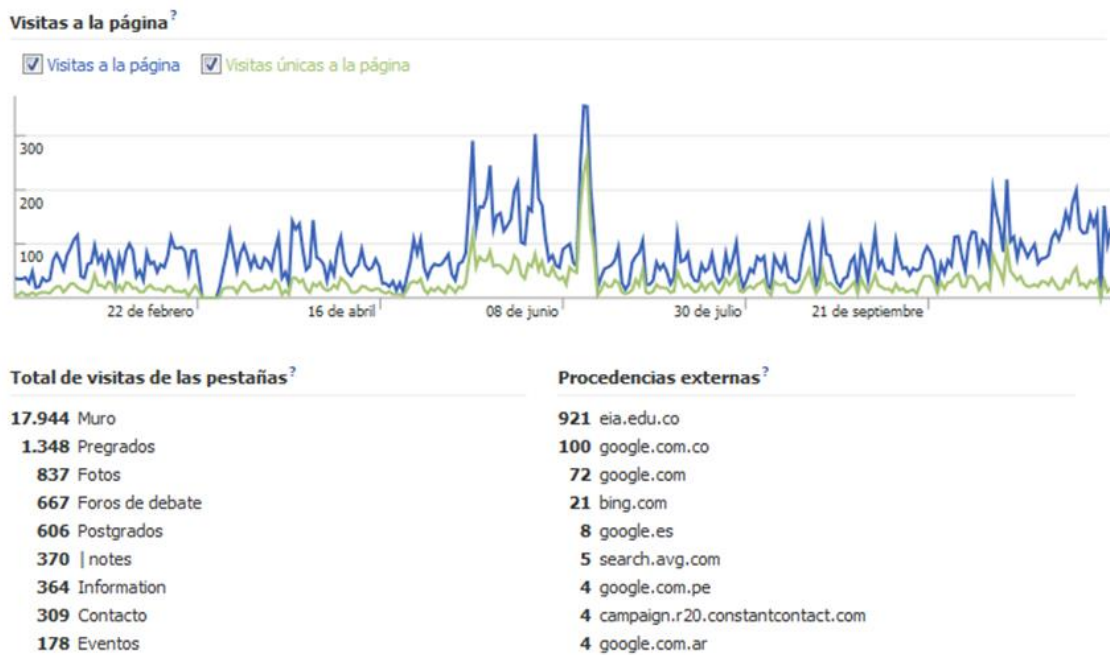


**Ilustración 7: Consumo de contenido multimedia durante el año 2011**



**Ilustración 8: Crecimiento en la cantidad de usuarios que siguen la página durante el año 2011**

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA



**Ilustración 9: Total de visitas a la página durante el año 2011**

### 3.1.2 Horizonte del área de comunicaciones EIA

Para que la institución pueda cumplir con el horizonte definido anteriormente como la misión y la visión, las partes que la conforman deben hacer lo mismo, de tal manera que todas sus acciones y actividades se enfoquen al cumplimiento de las metas que acercan al objetivo final.

En una nueva era, comunicaciones hace parte de la dirección de mercadeo y comunicaciones, el cual es un equipo que se encarga de:

**Mercadeo:** de las relaciones de la universidad con los diferentes públicos para la promoción de pregrados y posgrados. Comunicaciones apoya en ferias y comunicados.

**Publicidad:** se encarga de la parte de promoción institucional, de pautar.

Y finalmente, el área de comunicaciones la cual se encarga tanto de la comunicación interna como la comunicación con el mundo exterior. Para la nueva dirección de esta área es muy importante desarrollar y alinear sus planes de acuerdo al Plan de desarrollo institucional 2011-2014, por lo tanto definió la misión de tal área como:

*“El área de comunicaciones de la EIA, en esta nueva era, busca ser un gestor que ayude a cumplir con los objetivos institucionales, propiciando un flujo de comunicación adecuado que genere un ambiente interactivo*

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

*entre los diferentes públicos de la organización, tanto a nivel interno como externo.*

*Generamos estrategias de comunicación innovadoras que respondan a las necesidades del entorno y suministramos los medios necesarios para que la información llegue al usuario final.*

*No queremos ser hacedores del día a día, sino facilitadores de los procesos de comunicación.”(Trujillo, 2011)*

Estos planes no van lejos de lo planteado en periodos anteriores, más bien buscan darle continuidad a ciertas prácticas comunicativas y mantener medios actuales, pero sin dejar a un lado la posibilidad de hacer una renovación tanto en el manejo de la información y en la segmentación de públicos, como en los procedimientos de publicación y en la orientación de medios. Sin embargo fue necesario crear unos objetivos específicos que describieran el nuevo horizonte del área, ligados totalmente a los objetivos del departamento de Mercadeo y que fueran consecuentes con el PDI (Plan de desarrollo Institucional) como se dijo anteriormente:

*“Proporcionar los recursos necesarios que faciliten una nueva orientación de la comunicación, al servicio de la comunidad, ofreciendo un solución a sus necesidades.*

*Fortalecer la relación con los públicos internos creando espacios de interacción que permitan fortalecer los lazos y el clima organizacional.*

*Aumentar la visibilidad de la EIA en el medio externo difundiendo nuestros logros, reconocimientos y alcances en las diferentes áreas de la organización.”(Trujillo, 2011)*

Para el logro de estos objetivos se han definido las funciones de cada una de las personas que hacen parte del equipo encargado del área:

<b>Nombre</b>	Ana Cristina Trujillo
<b>Cargo</b>	Coordinadora de comunicaciones
<b>Descripción</b>	Es responsable de la visión estratégica del área, de la comunicación con los públicos externos y de la proyección de la EIA hacia afuera.
<b>Funciones:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interactuar con la diferentes áreas de la comunicad académica para darle mayor visibilidad a su información.</li> <li>• Administrar los medios externos de comunicación de la EIA.</li> <li>• Apoyar los medios internos de comunicación de la EIA.</li> <li>• Redacción y revisión de Boletines</li> <li>• Apoyar los eventos y campañas de la organización.</li> <li>• Coordinar y desarrollar de contenidos para los diferentes medios digitales, virtuales y tradicionales.</li> <li>• Desarrollar proyectos en conjunto con las áreas de Mercadeo y Web encaminados a la potenciación de las comunicaciones con los diferentes públicos.</li> <li>• Coordinar y dirigir eventos Institucionales y de relaciones públicas, logística, organización de certámenes y ceremonias de grado.</li> <li>• Mantener la relación con la prensa y otras universidades.</li> <li>• Hacer permanente seguimiento de los medios de comunicación para evaluar la pertinencia de los mismos y de la información publicada.</li> <li>• Maestro de ceremonias</li> </ul>
<b>Públicos:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudiantes de Colegio</li> <li>• Padres de Familia</li> <li>• Gobierno/Entidades gubernamentales</li> <li>• Empresas/Empresarios</li> <li>• Comunidad en general</li> <li>• Medios de comunicación</li> <li>• Otras Universidades</li> </ul>
<b>Nombre</b>	Pedro Orozco
<b>Cargo</b>	Comunicaciones internas
<b>Descripción</b>	Este perfil responde a las necesidades generadas dentro de la organización y busca mantener y mejorar la interacción entre los públicos internos.
<b>Funciones:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interactuar con la diferentes áreas de la comunicad académica para solucionar sus necesidades de información.</li> <li>• Administrar los medios internos de comunicación de la EIA.</li> <li>• Apoyar los eventos y campañas de la organización.</li> <li>• Coordinar y desarrollar de contenidos para los diferentes medios digitales, virtuales y tradicionales.</li> <li>• Redacción y revisión de Boletines</li> <li>• Crear contenidos audiovisuales para proyectos de autoevaluación, bienestar universitario, deportes, académicos, mercadeo entre otros.</li> <li>• Llevar a cabo el registro audiovisual y fotográfico de los diferentes eventos Institucionales.</li> </ul>
<b>Públicos:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudiantes actuales</li> <li>• Profesores Cátedra/Planta</li> </ul>

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empleados /Directivos/Administrativos</li> <li>• Miembros de la Sala de Dirección General</li> <li>• Egresados</li> </ul>
<b>Nombre</b>	Aura María Giraldo
<b>Cargo</b>	Administrador de contenido Web
<b>Descripción</b>	Su función principal es administrar los contenidos del portal web de la EIA pero además cumple un papel muy importante dentro del Comité de redacción que es el encargado de revisar los contenidos que se publicarán en los diferentes medios. También tiene a su cargo la revisión de los diferentes textos que serán publicados.
<b>Funciones:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Redacción de contenidos para diferentes medios de comunicación</li> <li>• Mantenimiento y actualización de los contenidos de la página web y otros sitios electrónicos</li> <li>• Revisión y corrección de contenidos</li> <li>• Acompañamiento en las diferentes estrategias de comunicaciones</li> <li>• Acompañamiento a las diferentes actividades del área de mercadeo y comunicaciones.</li> </ul>
<b>Públicos:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Todos los públicos</li> </ul>

Tabla 2: Explicación de cargos del área de comunicaciones

Antes de definir una estrategia preliminar de comunicación, se hace necesario establecer qué es lo que se quiere decir y a quién se le quiere decir. La respuesta se puede generar a partir de un análisis de los diferentes públicos de la Universidad, que finalmente son los que necesitan ser impactados con información y contenidos relevantes de la EIA. Todo esto se hace más fácil una vez que se identifican y se obtienen las características que definen a cada uno:

### Internos

- Estudiantes actuales pregrado y posgrado
- Profesores Cátedra/Planta
- Empleados /Directivos/Administrativos
- Miembros de la Sala de Dirección General

### Externos

- Estudiantes de Colegio
- Padres de Familia
- Gobierno/Entidades gubernamentales
- Empresas/Empresarios
- Comunidad en general
- Medios de comunicación
- Otras Universidades

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

### 3.1.3 Nuevos proyectos

El área tiene como ideal enfocarse en un medio para cada público, entendiendo que en ciertos casos los públicos se pueden mezclar y por lo tanto puede ser necesario implementar medios que tengan un alcance mixto, donde la información pueda servir para el público interno y para el público externo al mismo tiempo, independientemente de las diferencias que puedan existir entre ambos.

Además dentro de sus planes está focalizar uno de estos medios de comunicación completamente a estudiantes, digital, abierto, que genere una posible afinidad, un sentido de pertenencia y los acerque más a la Universidad.

Quieren que el medio permita medir y generar información estadística para ellos tener información actualizada de quienes acceden a él, qué leen y qué no leen, para utilizar esa información como orientación en la selección de temas a publicar.

### 3.1.4 Evaluación de medios

#### Encuesta a estudiantes

Para obtener información acerca de la percepción que tienen los estudiantes de pregrado de la Escuela de Ingeniería de Antioquia sobre los métodos utilizados y el manejo de la información por parte de la institución se hará una encuesta muestral que permitirá obtener resultados más exactos y de mejor calidad. La población a la cual se dirigirá la encuesta serán los estudiantes de pregrado de la Escuela de Ingeniería de Antioquia, representados en una muestra de personas seleccionadas aleatoriamente. La entrevista se hará virtualmente a través de Google Docs. (Ver anexo 2 para ver la encuesta, pág. 96)

Para la definición de la muestra a la cual se le aplica la encuesta se utilizó la siguiente ecuación:

$$n = \frac{k^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{e^2 \cdot (N - 1) + (k^2 \cdot p \cdot q)}$$

Ecuación 1: Tamaño de la muestra requerida

Dónde:

**N:** tamaño de la población.

**K:** Constante que depende del nivel de confianza asignado y que indica la probabilidad de que los resultados de la investigación sean ciertos.

**e:** el error muestral deseado

**p:** proporción de individuos que poseen la característica de estudio

**q:** proporción de individuos que no poseen la característica de estudio

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

**n:** Tamaño de la muestra

Los parámetros que se utilizaron fueron:

Información de la población			
Carrera	Hombres	Mujeres	Total
Administrati	332	311	643
Ambiental	26	28	54
Biomedica	62	111	173
Civil	131	41	172
Industrial	91	135	226
Informatica	32	6	38
Mecatronica	220	46	266
<b>Total</b>	<b>894</b>	<b>678</b>	<b>1572</b>

Población	1572	K	1.96
P	0.5	e	5%
Q	0.5		
Confianza	95%		

Tabla 3: Parámetros para determinar la muestra

Y se obtuvieron los siguientes resultados de acuerdo a las características de la población:

<b>Total a encuestar:</b>	<b>309</b>
---------------------------	------------

Información de la muestra			
Carrera	Hombres	Mujeres	Total
Administrativa	65	61	126
Ambiental	5	6	11
Biomedica	12	22	34
Civil	26	8	34
Industrial	18	27	44
Informatica	6	1	7
Mecatronica	43	9	52
<b>Total</b>	<b>176</b>	<b>133</b>	<b>309</b>

Tabla 4: Resultados de la muestra requerida

### 3.1.5 Resultados

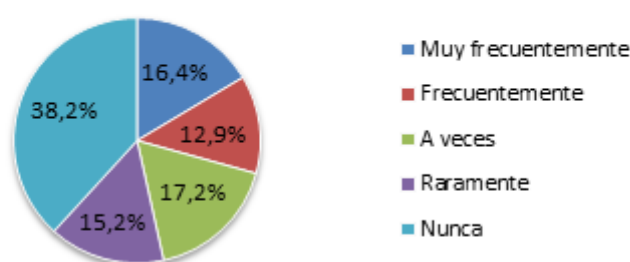
La encuesta arrojó resultados concretos en cuanto a la búsqueda de los estudiantes para obtener información mediante los diferentes medios que ofrece la universidad. Es importante resaltar que ellos reconocen la información que la EIA quiere transmitirles y que la frecuencia con la que los estudiantes buscan dicha información es baja, evidenciado en una mayoría de respuestas “A veces”, incluso en los medios de mayor reconocimiento.

El uso de las redes sociales como medio de información ha ido aumentando a medida que estas páginas crean facilidades para que cualquier tipo de persona, institución o empresa cree un espacio para estar en contacto con sus seguidores.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Como se vio anteriormente la EIA hace parte de seis redes sociales, cada una con un propósito y públicos totalmente diferentes. La red social más reconocida por los estudiantes de pregrado es Facebook, seguida por Twitter, y en menor medida por Youtube y Flickr. A pesar de que un alto número de la población de estudiantes sigue la página de la institución en Facebook, estos no lo usan como medio para informarse de lo que pasa en la Universidad, al contrario, prefieren buscar un medio físico como las carteleras.

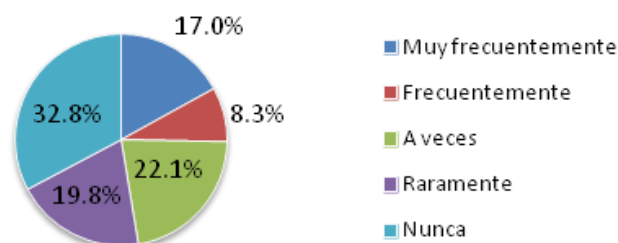
### Frecuencia con la que utiliza Facebook para obtener información



Gráfica 1: Frecuencia uso del Facebook

Entendiendo que las pantallas de televisión es un medio que el departamento de comunicaciones apenas está desarrollando, se encontró una mayoría que nunca busca las pantallas para obtener la información que desea, ya que allí sólo se pueden observar fotos, el estado del tiempo y comerciales de diferentes empresas pero nunca se encontrará la misma información que se puede adquirir en otros medios como el boletín o las carteleras.

### Frecuencia con la que utiliza las pantallas de TV para obtener información

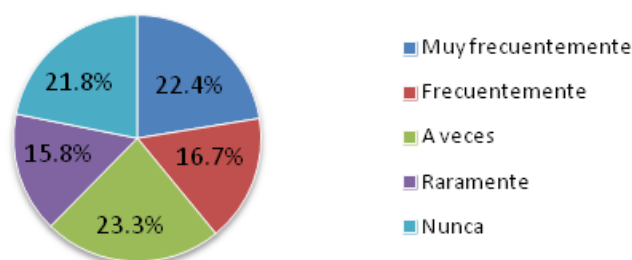


Gráfica 2: Frecuencia uso de las pantallas de TV

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

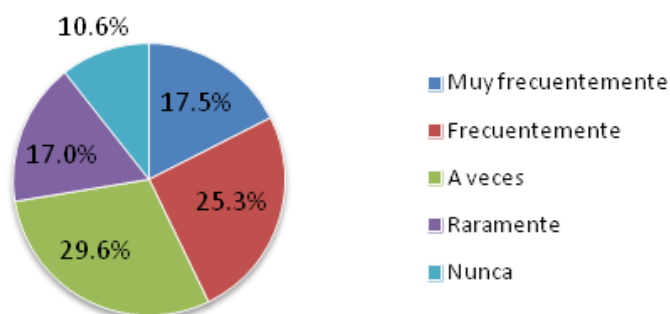
Los dos medios que han sido y siguen siendo más comunes entre todos a la hora de buscar información son el Boletín y las carteleras, dada la facilidad para acceder a ellos, sin embargo los porcentajes de uso arrojados por la encuesta no son muy positivos, no hay búsqueda frecuente de información por parte de los estudiantes.

### Frecuencia con la que utiliza el boletín para obtener información



Gráfica 3: Frecuencia uso del boletín

### Frecuencia con la que utiliza las carteleras para obtener información

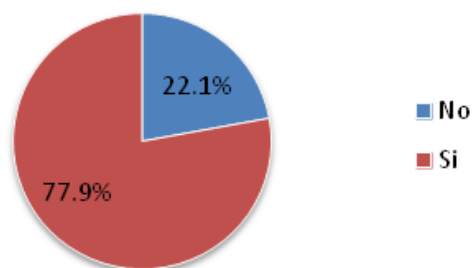


Gráfica 4: Frecuencia uso de carteleras

En cuanto a las carteleras se puede concluir que la mayoría de la población encuestada utiliza este medio con una frecuencia de una a dos veces por semana dada la posibilidad de desplazarse hacia estas en cualquier momento mientras se encuentren en la Universidad. La cartelera más reconocida por los encuestados es la que se encuentra en la entrada a la cafetería, seguida por la del hall principal.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

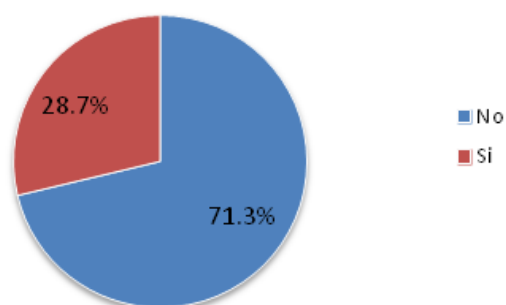
### Utiliza las carteleras como medio para informarse



Gráfica 5: Uso de carteleras

La revista Tangente sigue siendo reconocida por algunos estudiantes que han tenido en algún momento contacto con ella, sin embargo, estos estudiantes son por lo general de los últimos niveles. La mayoría de la población que no ha leído la revista no lo hace porque no saben cuándo circula, seguido porque no sabe que es la revista Tangente, esto reafirma la premisa que se tenía sobre el poco contacto que han tenido con este medio los estudiantes de los primeros niveles. En cuanto a las personas que si la han leído, el 52% considera que los artículos que allí se encuentran son interesantes, seguido por un 22% que considera que son totalmente adecuados para el tipo de publicación.

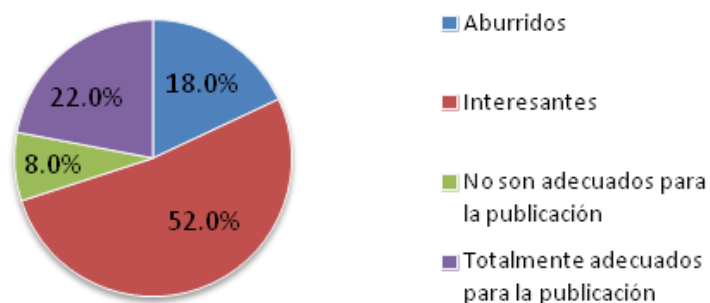
### Ha leído la revista Tangente



Gráfica 6: Conocimiento Revista Tangente

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

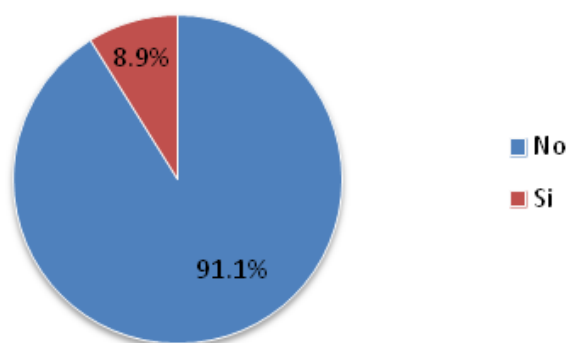
### Considera que los artículos publicados en la revista Tangente son



Gráfica 7: Contenido Revista Tangente

El Blog de Escuela es uno de los medios menos reconocidos por los estudiantes de pregrado, esto se evidencia en que un 91.1% de la población no lo ha visitado y que la razón más común para no haberlo hecho es que no sabía que existía con un 89.9%. De las personas que si lo han hecho el 71% casi nunca lo visita, seguido por un 29% que nunca lo hace.

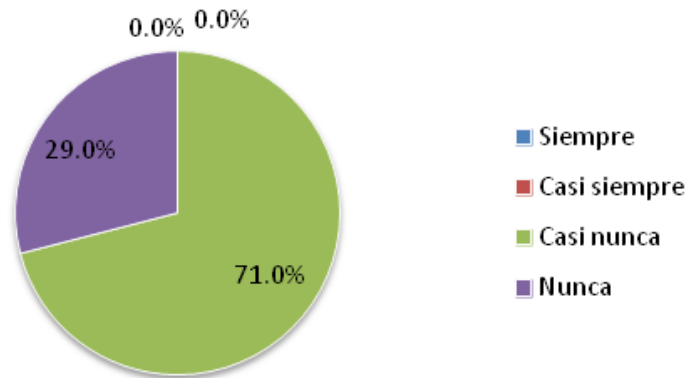
### ¿Ha visitado alguna vez el Blog de la EIA?



Gráfica 8: Conocimiento Blog EIA

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

### ¿Con qué frecuencia visita el blog?

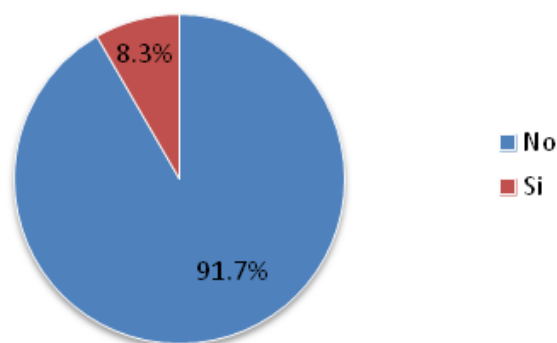


**Gráfica 9: Frecuencia Uso del Blog**

Una de las formas más fáciles para evaluar si la información que transmite la Escuela está siendo recibida por sus estudiantes es la asistencia a los diferentes eventos organizados por la Universidad y que son promovidos por la misma a través de los diferentes medios.

De acuerdo a la encuesta eventos como el jueves de avanzada, CineClub, café del Búho, Club de cocina, semana literaria, jornada cultural y día del Ingeniero, son poco frecuentados por los estudiantes de pregrado, esto se evidencia en una baja asistencia.

### ¿Asiste al Jueves de avanzada?

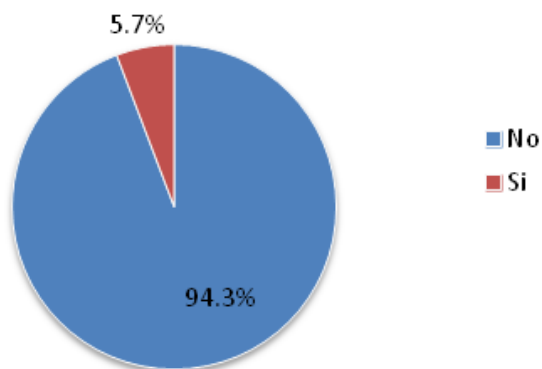


**Gráfica 10: Asistencia a Jueves de Avanzada**

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

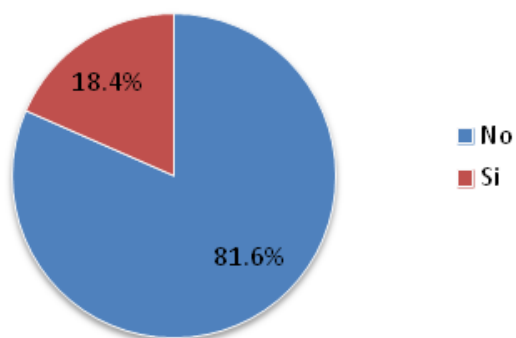


### ¿Asiste al Cineclub?



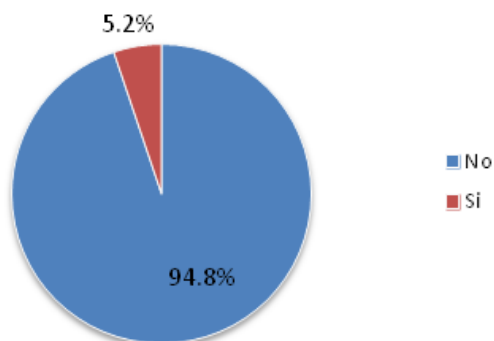
Gráfica 11: Asistencia al CineClub

### ¿Asiste al Café del búho?



Gráfica 12: Asistencia al Café del Búho

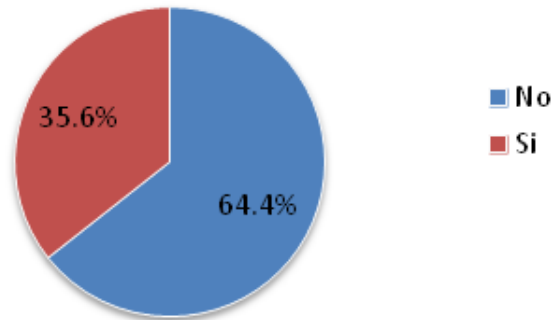
### ¿Asiste al Club de cocina?



Gráfica 13: Asistencia al Club de Concina

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

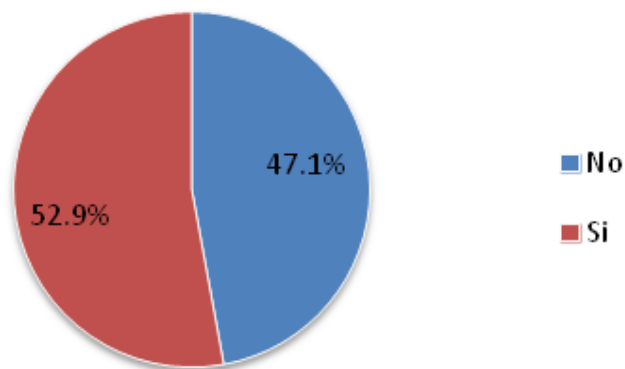
### ¿Asiste a las actividades de deporte y recreación?



Gráfica 14: Asistencia a actividades de deporte y recreación

A pesar de la baja participación en los eventos, el jueves institucional es el más frecuentado por los estudiantes de Pregrado con un 52.9%.

### ¿Asiste al Jueves institucional?



Gráfica 15: Asistencia al Jueves Institucional

En cuanto a las razones que influyen en la decisión de asistir o no a los eventos, se encuentra que el interés en las temáticas es una de las razones más influyentes, seguidas por el horario en que se realiza, el clima y el transporte.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

## 3.2 Caracterización demográfica y sicográfica de los estudiantes de pregrado de la EIA

### 3.2.1 Caracterización demográfica

Una caracterización demográfica se realiza con la finalidad de conocer características propias de cierta población por medios cuantitativos. Según el diccionario demográfico multilingüe de Las Naciones Unidas la demografía: “es la ciencia que tiene por objeto el estudio de las poblaciones humanas tratando, desde un punto de vista principalmente cuantitativo, su dimensión, su estructura, su evolución y sus características generales”. En el caso de la presente investigación la población que se caracteriza a continuación es aquella conformada por los estudiantes de pregrado de la Escuela de Ingeniería de Antioquia a segundo semestre de 2011.

Para comenzar la población está determinada por un total de 1572 estudiantes<sup>2</sup> entre primer y décimo semestre de las siete carreras de pregrado inscritas en la institución y que ya fueron mencionadas anteriormente en la descripción de la investigación. La estructura y distribución de los estudiantes por carrera y por género en cada carrera se puede observar en la siguiente tabla:

Información de la población					
Carrera	Hombres		Mujeres		Total
Administrati	332	52%	311	48%	643
Ambiental	26	48%	28	52%	54
Biomedica	62	36%	111	64%	173
Civil	131	76%	41	24%	172
Industrial	91	40%	135	60%	226
Informatica	32	84%	6	16%	38
Mecatronica	220	83%	46	17%	266
Total	894	57%	678	43%	1572

Tabla 5: Distribución por género de los estudiantes de pregrado

De la tabla anterior se puede resaltar que la carrera con mayor número de personas es Ingeniería Administrativa con un 41% del total de estudiantes, seguida de ingeniería Mecatrónica (17%), Industrial (14%), Biomédica (11%), Civil (11%), Ambiental (3,4%) e Informática (2,5%). Así mismo se puede observar que la población femenina prima en carreras tales como Biomédica, Industrial y Ambiental, mientras que la masculina prima en Mecatrónica, Informática, y Civil. En el caso de Ingeniería Administrativa se puede decir que la población esta

---

<sup>2</sup> Información obtenida de la base generada por Admisiones y registros para mayo de 2011

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

equitativamente dividida entre hombres y mujeres. De este modo se puede afirmar entonces que el 43% del total de la población son mujeres, el 57% son hombres. Para las ingenierías Informática, Civil y Mecatrónica se tiene una población de mujeres considerablemente menor a la población masculina con 16%, 24% y 17% respectivamente.

Este primer acercamiento es de gran utilidad por que a medida que se conoce la población y como está distribuida se pueden establecer parámetros que permitan acercarse a ellos asertivamente. Aun sin haber realizado la investigación etnográfica estas características tales como el sexo pueden orientar a una forma de comunicarse de tal manera que se genere mayor impacto con la comunicación, aunque sin la investigación mencionada previamente no se puede establecer el método correcto.

En pregrado hay un promedio de edad de 21.48 años y una desviación de 2.36 años, sin embargo Ingeniería ambiental tiene el menor promedio de años con un total de 20.85 y una desviación de 2.73 años. Aquellas con población más vieja son ingeniería informática e Ingeniería Administrativa con 21.89 y 21.67 y una desviación estándar de 2.41 y 2.28 años respectivamente. El rango de edades de los estudiantes de pregrado de la universidad se encuentra entre 17 y 30 años, siendo pocas las personas que se acercan al límite superior. Esto resalta el inicio temprano de las actividades académicas de nivel superior.

De acuerdo al valor de la pensión mensual que pagaban los estudiantes en el colegio se puede determinar que la población proviene en su mayoría de estrato socioeconómico medio alto. Es importante resaltar que esta clasificación por colegios es una aproximación a la clase social. Según el análisis poblacional realizado la distribución se encuentra de la siguiente manera:

Categoría uno: 219 (13.93%) estudiantes del total pagaban una mensualidad escolar menor de 250.000 pesos colombianos

Categoría dos: 658 (41.87%) estudiantes del total pagaban una mensualidad escolar entre 250.000 y 500.000 pesos colombianos

Categoría tres: 695 (44.21%) estudiantes del total pagaban una mensualidad escolar mayor de 500.000 pesos colombianos

En la siguiente tabla puede observarse el número de estudiantes por cada una de las carreras de acuerdo al valor de la pensión del colegio (categoría). Como información relevante se puede afirmar que la categoría uno posee una participación más alta en ingenierías como biomédica, informática y Mecatrónica, mientras que para las categorías dos y tres ingeniería Administrativa e Industrial son más representativas.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Carrera	Categoría						Total
	1	%	2	%	3	%	
Ingeniería Administrativa	47	7%	245	38%	351	55%	643
Ingeniería Ambiental	9	17%	19	35%	26	48%	54
Ingeniería Biomédica	46	27%	80	46%	47	27%	173
Ingeniería Civil	33	19%	76	44%	63	37%	172
Ingeniería Industrial	18	8%	71	31%	137	61%	226
Ingeniería Informática	11	29%	17	45%	10	26%	38
Ingeniería Mecatrónica	55	21%	150	56%	61	23%	266
Total	219	14%	658	42%	695	44%	1572

**Tabla 6: Distribución por categoría de los estudiantes de pregrado**

Los

estudiantes de la EIA que provienen de instituciones del departamento de Antioquia son 1469 (93,45%) mientras que aquellos que se desplazaron tanto de departamentos diferentes o países diferentes son una población más reducida que corresponde a 103 (6,55%). De esta población en su mayoría proviene del eje cafetero y de la costa atlántica del país.

Se percibe un crecimiento en carreras tales como Ingeniería civil, ambiental, biomédica, y Mecatrónica puesto que la cantidad de estudiantes en niveles inferiores es mayor que la de niveles superiores. Esta información no tiene en cuenta las posibles deserciones.

### **3.2.2 Caracterización sicográfica**

#### **“Un día en la vida de...” (Investigación hecha entre el 26 de septiembre y el 8 de octubre de 2011)**

Con la finalidad de entender el comportamiento de los estudiantes y poder realizar una caracterización adecuada, se implementará la etnografía como metodología de investigación cualitativa ya que se enfatiza en la observación y pretende un contacto directo con el consumidor.

El estudio etnográfico se hará con catorce estudiantes de Pregrado de la Escuela de Ingeniería de Antioquia escogidos de la siguiente manera:

Serán dos estudiantes por cada carrera, escogidos según sus características demográficas tales como: género, nivel socioeconómico del colegio donde estudió, edad, carrera y nivel (semestre que cursa); las cuales hacen que sea fiel representación de la población, y por lo tanto se obtenga la información requerida sobre toda la comunidad.

Se espera acompañar a siete personas que representen los niveles inferiores (1-5), y siete personas que representen los niveles superiores (6-10), de pregrado.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

La selección de acuerdo al género se realizó de manera equitativa ya que la población total de la Institución está distribuida de manera similar entre hombres y mujeres, por lo tanto se escogió un hombre y una mujer para cada carrera. Con respecto al nivel socioeconómico del colegio se encontró una mayoría de estudiantes que vienen de colegios de categoría 2 y 3 (con pensiones mayores de \$250.000 en adelante), por lo tanto se escogieron cinco y seis integrantes respectivamente y tres para la categoría 1 que es la menos representativa.

Siendo el objetivo de esta investigación identificar oportunidades de mejora en la comunicación con los estudiantes, es importante conocer la forma en la que se comunica en todos sus entornos, tales como:

- Familiar: cómo es la relación con sus padres y hermanos, cómo se comunica con ellos, que medios utiliza.
- Académico: cómo se relaciona con sus compañeros de clase, con sus profesores, su participación en clase y en actividades extracurriculares propuestas por la Universidad.
- Social: qué medios utiliza para comunicarse con sus amigos, que círculo de amigos tiene, lugares que visita, actividades sociales en las que participe.
- Virtual: qué tipo de relaciones virtuales tiene, uso de redes sociales, uso de aparatos tecnológicos.

Dentro de estos contextos se planea acompañar al estudiante a través de las diversas actividades que realiza dentro de la universidad como: clases, horas entre clase o “huecos”, almuerzo, tiempo de estudio, entre otros. Y fuera de la Universidad: en la casa y otras actividades que realice en el día a día.

Además se planea hacer una entrevista a profundidad que complemente la información que se haya recogido mediante la observación. Esta se hará cuando se encuentre el momento indicado para hacerlo: cuando haya disponibilidad y actitud.

Aunque se tendrá una guía para esta entrevista, la idea es mantener una conversación que enriquezca los resultados, dónde no haya sólo una respuesta a las preguntas formuladas sino que se generen respuestas que podrían no tener en cuenta los investigadores en el momento de planearla. Por otro lado se hace necesario crear una guía de observación para tener muy claro qué se espera observar en cada entorno analizado. (Ver anexo 3 para ver el diseño del instrumento y los registros, pág. 101)

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

### 3.2.3 Resultados

#### Información general

A través de la investigación se encontraron ciertas similitudes que generan un común denominador entre los estudiantes de pregrado, es importante aclarar que estas pertenecen a cuatro entornos en los cuales se desenvuelve cada uno de ellos.

#### Entorno familiar:

En línea con el análisis demográfico realizado previamente se pudo corroborar la alta concentración de familias que pertenecen a un estrato socioeconómico medio-alto. Es importante tener en cuenta esta característica porque permite conocer no sólo la capacidad adquisitiva de los estudiantes sino también su posibilidad de acceso a tecnologías de información, considerándolo un factor clave en el proceso de comunicación.

El núcleo familiar de un estudiante de pregrado de la EIA tiene creencias y comportamientos tradicionales de la cultura colombiana donde la educación de los hijos está apoyada todo el tiempo por sus padres. Es común encontrar que en algunas familias más que en otras existe influencia por parte de ellos a la hora escoger, la universidad, la carrera y otras actividades de sus hijos. Las razones por las cuales los padres justifican su preferencia se relacionan con la marca EIA y su reconocimiento en el medio empresarial, además del ideal que ellos tienen acerca de un estudiante de la Escuela, lo que los lleva a querer que sus hijos sean estudiosos, responsables, educados y que por el contrario no estén *“Brinconeando y haciendo locuras”* según algunos. Lo anterior lleva a que quieran estar enterados todo el tiempo del rendimiento académico de sus hijos pero no van más allá en lo que refiere a las noticias de actualidad referentes a la Institución. En cuanto a ciertas costumbres siguen siendo muy conservadores, se enseña el respeto y la unión familiar lo cual se traduce en normas que los hijos deben cumplir. Con referencia a las creencias religiosas se pudo observar que las familias son católicas, pero existe una tendencia a que sean más creyentes los padres que los hijos.

Aunque previamente se mencionó un comportamiento tradicional colombiano, existe una particularidad de no compartir todas las comidas, debido a la diferencia de horarios y responsabilidades de cada miembro de la familia, además son pocos los hogares donde existe una costumbre de compartir momentos como ver televisión, tendiendo a que cada uno tenga su propio televisor. Lo anterior lleva a que la familia tenga que buscar otros espacios para compartir e interactuar con los demás miembros, estos espacios se generan principalmente los fines de semana, donde la familia puede salir de la rutina de sus trabajos o estudio y crear actividades como idas a la finca o reuniones en la

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

casa de algún familiar para fortalecer los lazos. El principal tema de conversación entre padres e hijos es todo lo referente al estudio, aunque en ciertos casos se evidencia una relación más estrecha al tratar temas del diario vivir como historias, experiencias y recuerdos.

### **Entorno académico:**

Los estudiantes de la EIA se caracterizan por la responsabilidad frente a su horario, no es común encontrar alumnos que no asistan a las clases sin una razón de fuerza mayor, por lo tanto los índices de asistencia a las clases son buenos, sin embargo su estadía en la universidad tiende a limitarse sólo a las clases, sin considerar la sede como una opción para repasar o estudiar para un examen ni para la participación en actividades propuestas por la Institución. Se observó que la relación entre los mismos estudiantes tiende a ser muy cerrada y no muestran un interés por conocer a otras personas que no hagan parte de su círculo social. Muy ligado a lo anterior está la poca aceptación a la diversidad, dónde se ve un rechazo a personas que no piensan, se comportan o son como ellos, estos se puede ver cuando dicen cosas como *“Es que ese man es muy raro”*.

Según las personas entrevistadas, la razón por la cual prefieren utilizar otros lugares diferentes a las Instalaciones que ofrece la Universidad radica en el clima y los espacios tan abiertos, lo cual genera un frío muchas veces insoportable, que se traduce en poca concentración para estudiar. Se debe aclarar que aunque no estudien en la universidad disfrutan del estudio en grupo pero con un número de integrantes no mayor a cinco. Si por alguna razón deben utilizar los espacios dentro de la EIA, el más común es la cafetería, seguido por el hall principal. Además, existe una tendencia a que los espacios utilizados para el estudio entre clases (huecos) sean las salas de estudio que se han puesto a disposición de todos.

Sabiendo que existen como medios de transporte para desplazarse a la universidad los buses del metro, buses privados que ofrece la institución y carros particulares, los estudiantes se han acomodado a las alternativas según sus necesidades, sin embargo se encuentra una inconformidad en cuanto a la inestabilidad por horarios de los buses o poca coincidencia con los horarios de otros compañeros, lo que genera incertidumbre y temor a no cumplir los suyos. Para el caso de los buses, la persona debe planear su viaje con mucho tiempo de anticipación, dónde debe contar no solo con el tiempo que se demora el bus en subir sino también con el necesario para desplazarse hacia el lugar de salida de éste.

Por último, es frecuente encontrar relaciones entre profesores y estudiantes respetuosas pero que no van más allá de lo académico, dónde sólo se tratan temas referentes a la clase o a exámenes. En cuanto a las relaciones entre los

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA



mismos estudiantes se debe resaltar una tendencia a crear subgrupos no sólo dentro de los mismos salones de clase sino entre carreras, existiendo excepciones, lo que llevaría a dudar si el mensaje (información) que entre logre filtrarse de la manera que se espera entre una carrera y otra.

### **Entorno social:**

El ambiente donde se lleva a cabo la vida social de los estudiantes se caracteriza por incluir lugares de moda de todo tipo: El Tesoro como el centro comercial favorito para estar en el día y compartir con la familia, amigos y novios, por lo general asisten a este lugar para pasar el rato, ir al cine o “*antojarse*”. Los lugares para rumbar cambian frecuentemente según la moda, en este momento son la Strada y Rio Sur a los cuales acuden con diferentes grupos de amigos, quienes son del colegio, de la misma universidad, allegados a la familia, conocidos en situaciones particulares de la vida, entre otros. De lo anterior se debe resaltar que entre los grupos de amigos mencionados el más importante es el del colegio, pues es con el grupo que más experiencias de vida se tiene. Es común encontrar que los amigos del colegio estudian también en la Universidad, lo que los lleva a mantener una relación que empezó hace muchos años y a limitar la creación de nuevas amistades, lo cual hace percibir que la Institución no es para los estudiantes una fuente relevante de nuevas amistades. Estadísticamente se observa un porcentaje representativo de personas procedentes de los siguientes colegios:

1. Colegio San Ignacio de Loyola: 124 personas, corresponde a un 8% de la población total.
2. Colegio Colombo Británico: 77 personas, corresponde a un 5% del total de la población.
3. Colegio de la compañía de María, (La enseñanza): 72 personas, corresponde a un 5% del total de la población estudiantil.
4. Columbus School: 62 personas, corresponde a un 4% del total de la población.
5. San José de la Salle: 57 personas, corresponde a un 4% del total de la población
6. Otros: el 74% restante está repartido entre 226 colegios más, siendo pocos los colegios que representan la mayoría de la población.

Los círculos sociales externos a la universidad ofrecen a cada uno de los estudiantes la oportunidad de realizar comparaciones de la misma con otras instituciones y por consiguiente aportar ideas de cambio que pueden ayudar al desarrollo y mejoramiento de la institución. Por otro lado, al considerar el círculo social dentro de la EIA se observa que los estudiantes de pregrado conservan en el transcurso de la carrera amigos de las diferentes disciplinas, con quienes existió relación desde el primer año donde los salones eran mezclados. Estas amistades suelen mantenerse durante toda la carrera y aunque anteriormente

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

se dijo que existe una limitante para conocer a otras personas, se pueden aprovechar estas relaciones para que haya un flujo de información entre estudiantes de diferentes carreras.

### **Entorno tecnológico y uso de redes sociales:**

Se puede observar que existe un mayor acceso a la tecnología en los estratos socioeconómicos medio-alto, por lo tanto esta es de gran influencia en el desarrollo de las actividades sociales, académicas y familiares. Aunque en el medio exista una innovación permanente en cuanto a temas tecnológicos lo más frecuente es encontrar que los estudiantes le dan relevancia únicamente al uso del celular, como marca principal e ideal para los que no lo tienen están los BlackBerry, la gran acogida que tiene esta marca es por la facilidad para comunicarse entre contactos mediante un programa a modo de red social, y del computador portátil, aunque no se percibe una marca líder, lo que principalmente buscan es la facilidad de acceder a diferentes herramientas de comunicación que estos ofrecen y algunas otras características muy específicas ofrecidas por cada fabricante. Estas dos herramientas principalmente proporcionan facilidad en el ingreso y manejo de las redes sociales las cuales se han convertido en un medio importante para mantener relaciones interpersonales. Es común encontrar que la utilidad que los estudiantes de pregrado ven en este medio de comunicación se limita al uso del chat y a la observación de actualizaciones de sus amigos. Las redes sociales más utilizadas actualmente son Facebook y Twitter.

### **Particularidades según el nivel**

Para los niveles de estudio más bajos es común encontrar que los estudiantes están en un proceso de adaptación, lo cual los lleva a presentar comportamientos hiperactivos, ruidosos, exploratorios y de mayor déficit de atención, lo que les dificulta su nivel de concentración en los espacios académicos y probablemente aumente el nivel de dificultad para trabajar en clase con ellos.

Los estudiantes de estos primeros niveles tienen generalmente más tiempo libre debido al tipo de materias que ven, las cuales exigen mayor concentración durante el tiempo de la explicación pero no requieren de un alto grado de trabajo por fuera de ellas, además del estudio para exámenes. Dichas materias facilitan además el estudio en grupos por el tipo de temas y de ejercicios que deben realizar.

Es común encontrar que los profesores que dictan clases en estos niveles son en su mayoría de planta, lo que facilita la comunicación entre ellos y sus alumnos a la hora de resolver una duda o pedir ampliación de alguna explicación. Sin embargo, se encuentra una relación netamente académica donde los profesores y alumnos se limitan a asistir a las clases y no existe un interés más profundo

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

por entender y comprender a la otra parte. No se percibe que los estudiantes vean al profesor como un puente entre ellos y la Universidad.

Por el contrario, a medida que los estudiantes van avanzando a través de los diferentes niveles adquieren una serie de obligaciones y responsabilidades como un trabajo o entrevistas que los llevan a tener menos tiempo que muchas veces llega a ser el justo para ir a las clases y volver inmediatamente, sin posibilidad de pasar tiempo dentro de las instalaciones. A su vez, se evidencia una actitud más seria frente a la clase por la misma motivación que estas generan al ser del núcleo específico de sus carreras. Por lo general, estas clases requieren un nivel de mayor concentración, participación y dedicación pero no facilitan el estudio en grupo, al contrario, necesitan de un estudio personal.

Los profesores que dictan estas clases son de cátedra, lo que obliga a establecer una comunicación entre ellos y sus alumnos basada en correos o muchas veces vía telefónica.

## **Particularidades según la carrera**

### **Informática**

La población que estudia ingeniería informática es muy pequeña en comparación con otras carreras de la universidad como Industrial y Administrativa, esto se ve reflejado en el tamaño de los grupos que conforman los diferentes niveles lo que hace que todos los estudiantes se conozcan y se les haga fácil compartir información. Otra de las razones para que haya una interacción constante entre los miembros de diferentes niveles es el compartir el interés por la investigación, lo que hace que se reúnan en algunos sitios dispuestos por la universidad como los laboratorios, allí es donde pasan la mayor parte del tiempo cuando están en las instalaciones. Se debe tener en cuenta que este interés se despierta en el transcurso de la carrera, por lo que los estudiantes de pregrado de niveles más bajos que estudian materias pertenecientes principalmente a ciencias básicas no han creado vínculos necesariamente con personas de la misma carrera, sino que se encuentran rodeados de estudiantes de otras disciplinas.

El ambiente académico en el cual se desenvuelven los futuros ingenieros informáticos está formado en su mayoría por hombres, donde las mujeres como minoría se adaptan mejor a las costumbres de estos, unificando lenguajes y formas de expresión (verbal y no verbal): *“Por fin una mujer en este grupo”* (Refiriéndose a la investigadora encontrándose cuatro mujeres en el salón).

### **Civil**

El perfil sicográfico de los estudiantes de Ingeniería Civil revela una personalidad que suele ser un poco más rígida comparada con la de los demás estudiantes

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

de pregrado de la EIA. Se percibe poco interés en relacionarse con personas de otras carreras y la preferencia por crear un grupo perteneciente a su propia disciplina para pasar el tiempo y estudiar. Lo anterior podría ser un obstáculo a la hora de difundir un mensaje, ya que si el grupo está conformado principalmente por miembros de un mismo salón tendiendo a ser el mismo durante toda la carrera, no se podría estar seguro si el mensaje recibido por un miembro de dicho grupo traspasa las fronteras del mismo hacia otros grupos, o se queda al interior de él. Lo anterior se puede concluir cuando uno de los estudiantes afirma: *“considero que mis amigos son los del salón porque he compartido mucho tiempo con ellos desde los primeros semestres”*

A medida que un estudiante avanza de nivel va definiendo sus preferencias por áreas específicas de su carrera, lo que lleva a que se creen algunos grupos de estudio adicionales referentes a ciertos temas. Es común que estos grupos estén conformados por los mismos compañeros, pero no llegan a ser tan formales como los que se constituyen en otras disciplinas como Ingeniería Informática. Para los estudiantes de niveles inferiores se encuentra una tendencia a compartir con sus amigos del colegio o personas que pertenecen a otras disciplinas, todo esto generado por la gran cantidad de materias que ven pertenecientes al núcleo común y que no sienten la necesidad de estar con personas que sólo sean de su carrera.

### **Mecatrónica**

La investigación es una característica inherente a esta disciplina, así desde los niveles bajos hasta los más altos la Escuela propicia espacios que lleven al estudiante a adquirir un gusto por desarrollar e innovar en temas mecánicos y electrónicos. Están relacionados continuamente con la tecnología pero en menor medida que los estudiantes de Ingeniería Informática, todo el tiempo quieren estar actualizados de lo que pasa en relación a su carrera, lo que los lleva a caracterizarse por tener una personalidad más abierta ante temas de actualidad, innovación e inclusive ante diferentes formas de pensar. Manejan una disciplina constante por la cantidad de trabajo que se deriva de las materias de niveles más altos, por lo tanto es común encontrar estudiantes pertenecientes a esta carrera que pasan días enteros realizando un proyecto ya sea para una clase o para los concursos en los cuales les gusta tanto participar. El desarrollo de los proyectos anteriormente mencionados permite que creen un vínculo no sólo entre estudiantes de los mismos niveles sino entre estudiantes de toda la carrera, se debe resaltar que estos vínculos entre compañeros se crean principalmente por necesidad académica sin llegar a formalizarse una relación de amistad.

### **Biomédica**

Con temas de interés más enfocados a la medicina y a los desarrollos tecnológicos creados para solucionar problemas médicos de la población, los

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

“biomédicos” son estudiantes que comparten dos entornos universitarios relativamente parecidos, dado que su carrera se realiza con el convenio firmado entre la Universidad CES y la EIA. Este grupo de estudiantes es más propenso a interesarse en la información institucional sobre temas que tengan que ver directamente con su carrera, lo que se traduce en la poca participación en otras actividades diferentes propuestas por la Universidad.

El perfil observado de estos estudiantes muestra que son personas abiertas a diferentes formas de comportamientos, personalidades y actitudes así como a cambios e innovaciones tecnológicas, fomentados principalmente por la vivencia en dos entornos con algunas diferencias.

Por lo general este grupo de estudiantes prefiere trabajar en equipos pequeños que les permitan ayudarse a desarrollar efectivamente sus trabajos y demás responsabilidades, sin embargo existe preferencia por reunirse en alguna sede ubicada dentro de la ciudad donde existe mayor cantidad y frecuencia de los medios de transporte y donde se puede encontrar un clima más cálido que en la sede de las palmas.

### **Ambiental**

Los estudiantes de Ingeniería Ambiental conforman el grupo más pequeño de todas las carreras de la Universidad. Se caracterizan por ser personas abiertas, que saben escuchar y que tienen facilidad para expresar sus ideas, lo que les permite interactuar con personas de todas las carreras, estableciendo relaciones que se generan desde los primeros niveles, principalmente por la poca cantidad de compañeros dentro de su carrera.

Aunque tienen amigos en todas las carreras sus costumbres son diferentes, siendo ellos más conscientes de la importancia del cuidado del entorno y de los recursos renovables, temas claves en el desarrollo de su disciplina.

Es común observar en todas las carreras que a medida que aumenta la edad de los estudiantes de pregrado se hacen más responsables, calmados y cuidadosos, pero es relevante decir que esto se nota más en los estudiantes de ingeniería ambiental. De acuerdo a lo visto en los representantes de esta carrera el de los niveles bajos muestra actitudes más comunes entre estudiantes de todas las carreras pero a medida que avanzan de nivel van definiendo el perfil que los caracteriza y que fue descrito previamente.

### **Industrial y Administrativa**

En conjunto, los estudiantes de Ingeniería Administrativa e Industrial suelen ser los más extrovertidos y sociables de la universidad con contadas excepciones, lo cual se evidencia en la preferencia por estudiar en grupos de mayor tamaño,

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

derivados principalmente de las distintas materias que deben abordar; se evidencia también en su gran capacidad para establecer relaciones interpersonales en comparación con los estudiantes de las demás carreras.

El ser un grupo relativamente grande dentro de la Universidad no es un obstáculo para forjar relaciones entre estudiantes de estas dos disciplinas y mantener canales de comunicación abiertos tanto para mensajes formales como informales. A pesar de ser un grupo de estudiantes abiertos y sociables, sigue presentándose baja participación en las diferentes actividades extracurriculares que ofrece la EIA, debido en su gran mayoría al poco interés que generan las temáticas o áreas escogidas para desarrollarlos.

### **3.3 Otras instituciones universitarias y sus estrategias de comunicación interna**

Siguiendo la teoría de Michael Spendolini, presentada en el marco teórico, específicamente las cinco etapas del Benchmarking se han definido los clientes, los socios, la forma de recopilar y analizar la información, entre otros.

Para esta investigación se han definido como clientes el departamento de comunicaciones de la universidad y el departamento de Mercadeo, quienes han detectado la necesidad de estudiar cómo se lleva a cabo el proceso de comunicación con los estudiantes debido a que los resultados llevan a dudar si se está haciendo de la manera adecuada y si está cumpliendo con su objetivo.

Identificadas las Universidades exitosas en el tema de comunicación interna con los estudiantes se hará benchmarking competitivo el cual permitirá conocer las prácticas realizadas por dichas instituciones así como los medios que utilizan, el tipo de información que comparten, indicadores de éxito de los procesos, entre otros. Los socios, reconocidos como directores y trabajadores de los departamentos de comunicación de cada universidad serán los que podrán dar información referente a las prácticas que aplican para manejar la comunicación con sus estudiantes.

La información obtenida la usarán los departamentos de mercadeo y comunicación para conocer los procesos que llevan a cabo las demás universidades y como trabajan sus departamentos homólogos en el proceso de comunicación con los estudiantes, toda esta información les servirá para evaluarse, implementar procesos que no se están implementando en la Universidad y para estimularse a obtener nuevas ideas. A su vez esta información será útil para realizar análisis de resultados y la definición de los segmentos que se pretenden encontrar con esta investigación

Para esta investigación podría hablarse de un equipo Ad hoc, el cual está compuesto por personas que identificaron una necesidad de información y que comparten intereses o responsabilidades comunes y que encontraron un tema crítico para investigar. Es un equipo que no es tan formal, el número de miembros varía y finalmente el papel de líder no lo asume necesariamente un gerente o alguien que tenga un alto cargo, sino que cualquier persona puede asumirlo.

En la etapa de recolección y análisis de información se utilizara el método de entrevistas a profundidad y visitas de campo a las sedes de las instituciones visitadas. Para llevar a cabo este proceso se requiere una guía de observación y un modelo de entrevista. (Ver anexo 4 para ver el diseño del instrumento y los registros, pág. 223)

#### **3.3.1 Progreso de la investigación por medio de**

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

## **Benchmarking**

### **Generalidades observadas**

A través de la realización del Benchmarking para encontrar información importante en cuanto a la composición de las estrategias de comunicación entre las diferentes universidades de la ciudad de Medellín y sus estudiantes de pregrado se lograron encontrar datos muy relevantes para orientar el manejo de la comunicación de tal manera que sea oportuna y asertiva. La muestra está compuesta por cuatro universidades que son: Universidad CES, Universidad Pontificia Bolivariana, Universidad EAFIT y la Universidad Nacional.

Durante las diferentes visitas en estas instituciones se pudieron encontrar algunas estrategias similares. Sin embargo también se pudieron observar algunos modelos o comportamientos únicos y aislados que diferencian las estrategias entre una universidad y otra.

En un intento por innovar y para llamar la atención de los estudiantes de manera más constante se encontró que la táctica de las universidades se enfoca en hacer un desarrollo tecnológico de los medios de comunicación. Aunque se conservan los medios tradicionales como lo son volantes, carteleras y afiches entre otros, se encuentran instalaciones de circuito cerrado de televisión con variedad de información, emisora y plataformas virtuales, estas últimas como camino obligado hacia los sitios web o software de utilidad para los estudiantes de pregrado. La información que se transmite a través de estos medios se caracteriza por ser más dinámica, ya que cuenta con imágenes en movimiento, sonido y colores llamativos, pero a su vez es corta y fácil de entender lo que facilita la comprensión y posterior práctica que sugiere el mensaje.

La participación constante de los estudiantes en el entorno académico y de vida universitaria de vital importancia. Teniendo presente que la participación debe ser adecuada, en las diferentes instituciones se promueve el derecho a la libertad de expresión y por lo tanto se patrocinan algunos medios que son “de los estudiantes para los estudiantes”. Estos medios se caracterizan por tener el patrocinio de la universidad sin embargo tratan temas de la vida estudiantil, artículos o publicaciones de los estudiantes de pregrado y noticias de actualidad referentes a los mismos estudiantes.

La decisión de promover los medios de comunicación estudiantil se generó luego de la realización de una investigación similar a la que pretende el trabajo de grado presente. Sin embargo la información que brindaron las instituciones académicas fue que ellos mismos realizaron la investigación de sus propios estudiantes y no se pensó en la inclusión de las tendencias de otras universidades en la investigación. Cabe resaltar que el énfasis de estas investigaciones que se realizaron fue básicamente sobre los medios y su uso, no

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA



se investigó una posible segmentación diferente a la brindada por el semestre, la carrera y el género.

## **Departamento de comunicaciones**

El departamento o área de comunicaciones se caracteriza por ser el encargado de establecer vínculos entre la universidad como organización, incluyendo todas sus partes, y los estudiantes de pregrado. La finalidad de dichos vínculos es generar una participación y por lo tanto un aprendizaje en todos los participantes involucrados para que de igual forma se alimente un sentido de pertenencia y se propague una cultura, una información y una marca.

Dentro de la estructura administrativa el área de comunicaciones no se ubica en la misma posición comparando entre una institución y otra, sin embargo, se puede resaltar que sus funciones no varían mucho de acuerdo con la universidad y tiene relaciones específicas con otras áreas o figuras administrativas que se conservan.

Como se dijo anteriormente el área es el ente que se encarga de realizar el vínculo y asegurar el flujo de información entre las partes, por esta razón se ubica cerca a los estudiantes. De igual forma con el objetivo de transmitir información tiene una posición transversal y tiene contacto con las facultades y áreas administrativas. Una relación importante y que se presentó en todas las instituciones investigadas es la del rector. Esta figura administrativa es vista como la principal autoridad y como tal el mismo verifica que se esté cumpliendo con la labor de comunicar todo lo que se necesite y que se haga de la manera correcta. Para poder revisar y aceptar los contenidos se realizan reuniones periódicas, dependiendo de la institución y del medio, donde se establecen cambios y se aceptan o rechazan las publicaciones.

El equipo encargado por lo regular está conformado por alguien responsable de relacionarse con fuentes de información para posteriormente conseguirla y llevarla a edición. Hay otra persona encargada de la redacción y revisión de temas, textos y contenidos. Así mismo está la persona que desarrolla el diseño de los medios, y canalizar la información de acuerdo a los segmentos y a los medios que más se acomoden a las necesidades que se tienen.

## **Estructuración y Ubicación de los medios**

Es importante tener claro que es diferente hablar de la información académica de la cual se encarga cada decanatura y la información universitaria la cual puede o no tratar temas de la academia pero donde los encargados o responsables son los integrantes del equipo de comunicaciones.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Todo el equipo está en capacidad y tiene autoridad suficiente para brindar apoyo y asesoría a las decanaturas puede transmitir información que estas le soliciten y puede asesorar sobre el manejo de los medios y las segmentaciones necesarias.

Existen carteleras aisladas con información variada. Unas pueden contener información sobre eventos culturales o académicos, algunos eventos de bienestar universitario o solo circulares informativas sobre algún tema estudiantil. Estas se encuentran estratégicamente organizadas para ser llamativas sin embargo se caracterizan por tener una estructura organizada y estar ubicadas a la altura promedio de tal manera que se hacen muy visibles. En cuanto al contenido que se observó cabe resaltar que aunque aplica para muchas personas de diferentes edades el foco de atracción de principalmente para gente joven que desea estar actualizada o enriquecer sus conocimientos. De igual forma se pueden encontrar algunas para poner y leer clasificados o información propiciada por parte de los estudiantes de pregrado. Este grupo de carteleras ofrecen a los estudiantes la oportunidad de expresar algunas cosas o de interactuar con otros de la misma institución.

De acuerdo a las necesidades se establecen una cantidad de estructuras o construcciones que permiten la clasificación de la información toda en un solo lugar llamado punto de información. Estos puntos de información por lo general se encuentran en puntos estratégicos de las instituciones. Suelen estar cerca a los lugares más concurridos de cada universidad como lo son las cafeterías, centros de estudios y otros lugares de reunión de los estudiantes. Así mismo se pueden observar cerca de las entradas, donde la circulación es bastante alta y donde pueden brindar ayuda a toda la población no solo estudiantes de pregrado sino los demás visitantes de cada institución. Como método para proteger la información allí publicada se encuentran cubiertos con techos de tal manera que no entre el agua y con vidrios para evitar que los estudiantes lo rayen quiten o cambien.

De manera similar se pueden encontrar pantallas cerca a los sitios más concurridos, específicamente las cafeterías y restaurantes. Esta ubicación es adecuada dado el gran afluente de personas y las situaciones en las que estas se encuentran, es decir, dado que no tienen la necesidad de un ambiente totalmente silencioso y sin distractivos están observando todo lo que ven alrededor y por lo tanto el dinamismo que reflejan las pantallas cautiva la atención de los asistentes.

Un caso aislado de otro método de comunicación utilizado y que es muy fuerte en la universidad EAFIT pero que sin embargo se ve en otras ocasiones es el de la repartición de volantes informativos sobre eventos. Para esto, jóvenes que participan de alguna manera en el evento se ingenian formas de llamar la atención de los demás estudiantes y reparten volantes que crean expectativa y aclaran algunos detalles. Se integran a otros estudiantes en la difusión de la información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

mensaje acercando los públicos al mismo tiempo que se muestra la utilidad del evento y del aprendizaje a adquirir.

Por último y en general se encuentra un orden en la exhibición de la información todo está debidamente bien puesto y en un orden lógico determinado por los temas, aunque facilita la visibilidad y la lectura independiente de cada circular, aviso o afiche.

## **Temas de información**

La información tratada en estos temas es de vital importancia para cautivar la atención y generar una cultura de interés hacia los eventos que se realizan en la universidad o en los cuales esta participa de alguna manera, así sea como participante, apoyo o patrocinador. De igual forma es importante tratar un portafolio de temas que tengan algún tipo de relación con aquel público objetivo que en este caso son los estudiantes de pregrado.

Durante la investigación en otras universidades se observó que existían cuatro macro temas que reunían el interés de los estudiantes y que al mismo tiempo los invitaban a participar y cooperar con las actividades que se estaban proponiendo. Estos temas se pueden observar a continuación.

### **Actualidad**

Al decir actualidad se hace referencia no solo a situaciones externas sino también a situaciones internas. Así entonces con este tema se le da un enfoque global a los estudiantes de la institución sobresalientes en el medio empresarial o de investigación que generan un impacto positivo no solo sobre el nombre de la institución sino también en el sentido de pertenencia y en la motivación para generar un aumento en la participación de eventos o investigaciones similares.

La participación en eventos o investigaciones son un asunto de alto cuidado en todas las instituciones educativas. Su buen nombre y la seguridad de poder continuar formando personas que contribuyan al buen desarrollo de la sociedad se da solo si realmente demuestra que está en la capacidad de hacerlo y esto solo se genera al traspasar las herramientas oportunas y necesarias para producir efectos positivos. El papel que juega el conocimiento de la actualidad en este proceso es vital dado que trata la temática o problema a investigar o solucionar.

### **Actividades académicas**

Además de ser un requisito indispensable informar a los estudiantes de pregrado sobre los planes o situaciones académicas que están por venir o que pasaron es bueno que se haga con la finalidad de mantenerlos actualizados y pendientes de

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

todo lo que se lleva a cabo en la institución. De igual forma a los estudiantes les gusta este tipo de información pues los involucra más con las actividades propuestas por la institución y los invita a participar de las mismas que no son obligatorias.

El objetivo fundamental de las universidades es educar personas con herramientas suficientes para romper las barreras del entorno y generar conocimientos que le permitan progresar tanto a él como a la misma sociedad que lo rodea, esto por medio de la educación y de la enseñanza. Por esta razón entonces es vital la buena comunicación de temas académicos siendo estos los vehículos que posteriormente van a generar conocimiento y desarrollo.

### **Actividades Culturales**

Todos los estudiantes desarrollan diferentes patrones de comportamiento que involucran los demás integrantes de la sociedad, por tal motivo, son sociables y además de tener el interés de relacionarse con ellos en actividades no académicas, les gusta aprender sobre diversos temas que enriquecen los conocimientos sobre cultura y sobre historia que a su vez inciden tanto su pensamiento como en su capacidad de análisis de las situaciones.

Además de ser un factor importante a desarrollar, a los estudiantes les gusta saber que actividades culturales se están llevando a cabo y así mismo participar en todas aquellas que son de su interés, de esta manera logran jugar papeles activos en la sociedad y relacionarse con otras personas que podrían ser necesarias en el futuro. Durante la visita a estas instituciones se pudo observar que estos buscan enterarse de las ofertas existentes en temas de su interés que les ayudaran a lograr el objetivo que tienen de entrar al mundo empresarial. Se vio la visita de algunos estudiantes a laboratorios donde había información y se escucharon conversaciones donde se informaba el interés de conocer más y participar.

### **Sentido de pertenencia**

Más que un tema del cual los estudiantes quieran saber es necesario tratarlo e inculcarlo en los sentimientos de cada uno de los estudiantes. Comunicar frases que inviten tanto al cuidado de la institución como a ser una parte activa de la misma puede generar beneficios incontables e invaluable. Cuando se desarrolla un sentido de pertenencia frente a algo las actitudes y pensamientos se orientan hacia el respeto por las cosas y promueven que aquellos que lo poseen se involucren e intenten mejorar las condiciones del entorno para tratar de alcanzar el éxito.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

## **Medios virtuales**

Con el paso de los años el uso de los medios virtuales para comunicar información a los estudiantes de pregrado se ha ido convirtiendo más en un requerimiento que en una opción. Actualmente los estudiantes se encuentran tan involucrados con la tecnología que absorben información por medio de la misma todo el tiempo sin ni siquiera darse cuenta. Esto que es un valor agregado dada la acogida que tiene y la presencia imperceptible.

Durante el desarrollo de la investigación se observó que existe un interés por desarrollar este tipo de medios. Actualmente hay información que se transmite de manera física ya sea por medio de volantes, revistas periódicos y publicaciones en carteleras, con la finalidad de informar a aquellos que aun participan activamente de los medios virtuales. Sin embargo la población que entra a la “onda virtual” es cada vez mayor y por lo tanto se publica lo mismo y más información en todos estos medios.

Acudir a medios virtuales para informar a los estudiantes de pregrado se ha convertido en una misma estrategia para todas las universidades e instituciones educativas porque como resaltan algunas de estas se hace posible entrar al hogar. Además se resalta que el costo se hace más bajo dado que aunque puede tener una inversión alta inicialmente los costos con el transcurrir del tiempo se atenúan y generan ahorro monetario.

Otra ventaja que resaltan todas las personas entrevistadas es la facilidad de hacer seguimiento a la efectividad que tienen los medios en los estudiantes de pregrado. Con estos se hace más fácil controlar el contenido que se publica, así como medir la participación. Esto permite tomar acciones correctivas y de mejora todo el tiempo para que sean más efectivos los medios que por ser virtuales se pueden modificar más fácilmente.

## **Nuevos medios**

Aunque ya exista y se utilice, las redes sociales son un medio que se está desarrollando todavía y en el cual se espera un crecimiento en la cantidad que información que se comparte y en el seguimiento por parte de los estudiantes. Todas las universidades manejan Facebook y Twitter como redes sociales fijas, pero algunas utilizan otras como Youtube, MySpace y Linked In, con la finalidad de llegar a más personas y en diferentes modalidades.

Las aplicaciones para dispositivos móviles inteligentes o más conocidos como Smartphone marcan un horizonte en el desarrollo tecnológico de las universidades con grandes poblaciones. Teniendo los recursos necesarios y el público suficiente se proyecta que este nuevo medio puede tener una gran acogida y brindar resultados excelentes.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

### **3.4 Identificación de oportunidades de mejora de la estrategia actual de comunicación interna con los estudiantes de la EIA**

#### **3.4.1 Ruidos identificados dentro del proceso de comunicación**

Durante la investigación se identificaron una serie de ruidos tanto internos como externos que no están permitiendo que la comunicación llegue a los estudiantes como la Universidad quiere. A continuación se hará una breve descripción de éstos.

#### **Ruidos externos:**

##### **El clima**

El frío hace que las personas no quieran pasar mucho tiempo en La Universidad, lo que limita su estadía a permanecer sólo en las clases, obstaculizando la oportunidad de leer la información publicada en los diferentes medios que tiene la Institución.

##### **Ubicación de las carteleras**

Estas no están cubriendo la totalidad de espacios de la Universidad, para leerlas una persona debe desplazarse al piso de los laboratorios y la cafetería, y hay que tener en cuenta que muchos estudiantes sólo están en el primer piso.

##### **Fallas en la relación entre el personal de la EIA y estudiantes**

La relación entre los empleados de la Universidad y los estudiantes tiene en general muchas fallas los estudiantes no los ven como una conexión entre la Institución y ellos, este distanciamiento no genera una confianza para acudir tanto el uno como al otro cuando sea necesario.

##### **Transporte**

Para cualquiera de las diferentes opciones de transporte con las que cuentan los estudiantes para desplazarse desde y hacia la Universidad se puede decir que no depende de ellos y por lo tanto ellos no pueden mantenerse en la Institución el tiempo que deseen, ya sea porque el bus sale inmediatamente se acabe la clase o porque el amigo o compañero con quien se transportan sólo puede estar durante cierto tiempo por alguna razón, dejándoles poco tiempo o muchas veces nada para buscar la información.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

## **Ruidos internos:**

### **Falta de sentido de pertenencia**

Los estudiantes no sienten a la Escuela como suya, el orgullo de estudiar en la Universidad se limita al reconocimiento social, en el fondo no les interesa comprometerse de lleno ni hacer parte de ella.

### **Falta de interés en las temáticas**

A los estudiantes no les gustan las temáticas que se manejan dentro de la Universidad, sienten que no están enfocadas a sus gustos y no piensan en ellos a la hora de prepararlas, por lo tanto ya no se molestan en buscar información de próximos eventos y actividades.

### **Poca aceptación de la diversidad**

Existe un pensamiento muy cerrado frente a gustos, formas de vida e inclinaciones de todo tipo de otros estudiantes, por lo tanto es muy difícil que alguien considerado diferente para ellos logre entrar en el círculo. Otro tema muy ligado a una mente cerrada es la poca sensibilidad a ciertas actividades que no son necesariamente académicas, principalmente de tipo cultural.

## **3.4.2 Recomendaciones para los diferentes medios**

El proceso permitió encontrar debilidades en el proceso comunicativo que se lleva a cabo en la Institución y a su vez identificar posibilidades de mejora a través de lo observado en otras Universidades. A continuación se enumeran las recomendaciones para los medios que actualmente maneja el departamento de comunicaciones.

### **Pantallas de TV**

Aunque se debe resaltar que los sitios dónde están ubicadas son los más concurridos y por lo tanto los más adecuados, es necesario bajarlas, al igual que con cualquier producto un consumidor nunca levanta su cabeza para buscarlo, la altura de las pantallas debe ser proporcional a la altura de los estudiantes. Además aprovechar ese convenio que se tiene con la empresa “*en medio*” para involucrar más los eventos de la Universidad, por ejemplo buscar un acuerdo donde por 10 minutos de publicidad la EIA tenga 5 minutos seguidos para publicar su información, ya que lo que se está viendo en las pantallas es sólo información del clima, fotos de la Universidad y comerciales de algunas marcas.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA



## **Boletín**

Aunque está establecido que la periodicidad del Boletín son 15 días, lo primero que debe hacerse frente a este medio es convertirlo en un correo electrónico que le llegue semanalmente y un día específico a los estudiantes, puede ser el viernes para que ellos tenga la oportunidad de leer todo lo que pasa en la semana, es importante no dejar de mandarlo cada viernes para crear un hábito en ellos y necesidad de recibirlo. Como segunda medida, se debe agregar contenido a éste y no sólo limitarlo a que sean noticias de la EIA sino de interés para todos y que sean principalmente de actualidad universitaria, cualquier noticia, evento o suceso que pueda interesarle a ellos como estudiantes universitarios. Tercero, hay que entender la tendencia tecnológica del momento y aprovecharla para hacer que los estudiantes lean el boletín en el momento en el que lo reciben en su teléfono celular o Smartphone, iPod o iPad y no arriesgarse a esperar a encontrar un computador para leerlo porque muchas veces no lo hacen. Esto se puede lograr a través de la creación del boletín como una imagen que pueda ser perfectamente vista desde cualquiera de los dispositivos.

## **Carteleras**

Deben ser reubicadas en lugares donde no sólo transite la gente sino que se quede allí. (Ver Anexo 6 para ver los lugares donde serán reubicadas las carteleras, pág. 258)

- En la zona de la cafetería están ubicadas actualmente en la entrada, donde la gente sólo pasa, si fueran reubicadas en las paredes cercanas a las mesas que es dónde están todo el tiempo los estudiantes ellos desviarían la mirada y leerían, también podrían estar cerca del lugar donde ellos hacen la fila para comprar, así pueden leer la información mientras esperan el turno, o mientras esperan que se calienten sus cosas en el microondas, ese es un momento en el que ellos no están haciendo nada y podrían usar esos dos o tres minutos para leer las carteleras.
- Otro lugar donde los estudiantes siempre deben estar es en los lugares donde se esperan los buses, tanto el privado como el del Metro. Un estudiante puede pasar hasta quince o veinte minutos esperándolos, así que podría aprovechar ese espacio para leerlas.
- Dadas las condiciones climáticas los que estudian en la Universidad buscan siempre las salas de estudio, durante una pausa activa podrían dirigirse a las carteleras y leer la información que se encuentra allí.

## **Facebook y Twitter**

El principal cambio en las redes sociales es la periodicidad, es importante resaltar que cada una funciona de una forma diferente pero se debe aprovechar

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

al máximo lo que ofrecen. En Twitter actualizar estados constantemente transmitiendo de forma sintetizada esa información que puede ser de su interés, que no sólo sea de la EIA sino de actualidad, que los envuelva a ellos como estudiantes y a la Universidad como Institución Educativa. En Facebook se puede aprovechar el espacio para transmitir esa misma información de una forma más completa y hacerlo constantemente para lograr estar todo el tiempo en la página “Inicio” en el Facebook de los estudiantes y así cuando accedan a su cuenta lo primero que vean sean los “post” de la Universidad, es decir, aumentar la periodicidad para salir en la sección de “Lo nuevo” de los perfiles de todos los estudiantes más frecuentemente. Además, puede acostumbrarse a los estudiantes al uso de esta herramienta como un medio de información donde reciban información importante principalmente académica como fechas de exámenes parciales o finales, por ejemplo.

### **3.4.3 Propuestas para mejorar la estrategia actual**

#### **Creación de un Avatar**

Esta propuesta comienza básicamente con la creación de un avatar. Un avatar o mascota en mercadeo es una representación gráfica que pretende crear una cercanía entre la marca y el consumidor, para este caso específico crearía un vínculo entre la Universidad, sus empleados y los estudiantes.

La idea es “llevar a la vida” el búho que se encuentra en el logo de la Universidad, de una forma animada y agradable y asignarle un nombre para que sea reconocido por todos. Como nombre se sugiere Leo o “Leito”, en honor a una persona que hace parte de la Universidad, tiene contacto tanto con los empleados como los estudiantes y además es querido y estimado por todos. O puede ser un nombre que simplemente cause gracia y que no necesariamente se refiera a alguien en especial como “Alvarito”.

Luego de crear gráficamente el personaje y de darle un nombre, se debe diseñar una campaña que permita presentárselo a toda la comunidad durante un mes, por lo tanto debe empezar el 23 de Enero de 2012 que es el día que comienzan las clases y debe ir hasta finales de febrero. Esa campaña puede dividirse en dos partes: durante dos semanas puede ser de expectativa, donde se les cree a los estudiantes ansiedad por conocer al personaje que los acompañará durante todo el año mediante frases o preguntas. La segunda parte se desarrollará durante dos o tres semanas dónde se les presentará a “Leito”, se les explicará quien es, se les contará una historia ficticia de cómo llegó a la Universidad y que él los acompañará durante el año. Aunque Leo como personaje es reconocido y se ha utilizado su imagen anteriormente se recomienda hacer un análisis completo que permita identificar si utilizar su nombre para esta ocasión llevaría a posibles confusiones con campañas anteriores.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Una vez presentado el personaje, éste apoyará cualquier campaña que quiera hacer la Universidad. A continuación se sugieren tres campañas de sensibilización para desarrollar durante todo el año 2012, estas campañas pretenden atacar esos ruidos que anteriormente se citaron:

### **Campaña para mejorar la relación entre los profesores y los estudiantes**

La idea de hacer esta campaña es que los estudiantes se familiaricen más con sus profesores y que los conozcan un poco más allá del tema académico. Se desarrollaría entre marzo y mayo, y podría estar dividido en dos partes. La primera poner fotos de los profesores cuando estaban pequeños e invitarlos a adivinar quién es quién, dejando un espacio al lado de la foto para que ellos escriban quién creen que son. Otra opción es hacer un concurso y enumerar las fotos, hacer un formulario donde ellos tengan la posibilidad de escribir todos los nombres y depositarlo en un buzón. Al final el que haya acertado en todo gana un iPod shuffle o un bono para comprar en algún centro comercial, si hay un empate se rifa el premio entre ellos de forma equitativa y supervisada.

La segunda parte consistiría en adecuar espacios como la cafetería o el hall principal para poner información a disposición de los estudiantes sobre sus profesores mediante un registro gráfico que contenga una foto y una entrevista con preguntas muy básicas pero que permita conocerlos mejor, también apoyarse de las pantallas de TV para pasar las entrevistas hechas en video cada cierto tiempo, con un buen volumen para que logre captar la atención de todos, además de subir estos videos al canal de Youtube e indicarles a los estudiantes que pueden encontrarlos allí si quieren saber más de sus profesores.

Por parte del personal docente se podrían realizar jornadas de sensibilización y explicarles la importancia de convertirse en un puente entre la Institución y los estudiantes. Podría crearse un espacio atractivo tanto para ellos como para sus alumnos donde tengan la oportunidad de interactuar y compartir actividades que usualmente no comparten.

### **Campaña para mejorar el sentido de pertenencia**

Es importante que los estudiantes se apersonen de su Universidad y se sientan orgullosos en todo momento de pertenecer a ella. Es clave por ello propiciar espacios donde ellos tengan experiencias positivas para que su mente asocie la marca EIA y la infraestructura de la Universidad con algo positivo y olviden la asociación que tienen con el frío y lo gris. Para esto se sugiere:

- Para los meses julio, agosto y septiembre recoger todas las fotos que se tengan desde la fundación de la Universidad hasta el año 2011, elegir las más representativas y crear carteleras o adecuar los biombos, todo esto

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

debe ser muy gráfico para que permita mostrar la parte divertida de la Universidad, no centrarse sólo en actividades académicas.

- También podría hacerse una línea del tiempo que les enseñe a los estudiantes la historia de la EIA, donde ellos puedan comparar la evolución física (infraestructura) que ha tenido la Universidad, demostrándoles que esta sede fue hecha para ellos y que es símbolo de evolución y progreso. Una forma de hacerlo puede ser invitando a los estudiantes que deseen postularse para hacer un mural, el cual quedaría en un lugar clave de la EIA como testimonio fiel de esta historia. Quien se postule debe entregar el boceto en tamaño carta u oficio de cómo quedaría y se elegiría el mejor, permitiendo que los estudiantes “vean” u observen cómo lo van haciendo porque esto fortalecería el vínculo con la Universidad.
- Para conocer al personal que trabaja en la Institución se realizarían entrevistas y se pasarían por los televisores como en la campaña para conocer a los profesores, para que los estudiantes se familiaricen con ellos e identifiquen a quién podrían acudir cuando necesiten algo.
- Puede adecuarse un espacio donde los estudiantes tengan acceso a escribir qué es lo que más les gusta de la Universidad.

### **Campaña para promover la diversidad**

Se haría durante el tiempo del año académico que resta, sería entre los meses de octubre y noviembre. Se aprovecharían las fiestas de la EIA como mejor opción para desarrollarla. Para esta campaña se sugieren varias ideas:

- Poder publicar frases con las que comúnmente los estudiantes estén familiarizados y sean expresiones de su día a día, como: “Es que ese es un pato” o “Yo con ese gay no estudio” e invitarlos a reflexionar si esa es la forma de referirse a sus compañeros. En la actualidad la Universidad EAFIT está desarrollando una campaña que pretende mostrarle a los estudiantes la importancia de hacer las cosas por ellos mismos y ser correctos bajo el slogan: “atrévete a pensar” (Ver anexo 5: campaña desarrollada en la Universidad EAFIT, pág. 257), entonces se podría tomar esta campaña como modelo y crear una propia campaña llamada: “Buenas Ideas”.
- Otra opción es desarrollar formatos en posters con [formatos llamativos, fotos y pequeños textos como: “Sin importar el color o preferencia sexual todos tenemos un corazón”, frases que inviten a reflexionar la importancia de aceptar a los demás como son.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

- En la semana anterior a las fiestas de la Universidad se sugiere integrar a la campaña un Mimo, el cual en varios espacios de la EIA incluyendo las clases, se pasee e interactúe con los profesores, empleados y estudiantes entregando ese mensaje de respeto y aceptación de la diversidad. El impacto que tiene un Mimo en este tipo de campañas es fuerte y de larga recordación en las mentes de quienes lo ven.

## **Creación de un medio de comunicación de y para estudiantes**

De acuerdo a resultados obtenidos en todas las etapas de la investigación se pudo descubrir que existe una necesidad de ofrecer un medio o una serie de medios que ofrezcan a los estudiantes información de ellos mismos en los diferentes entornos, como lo son actualidad y académico entre otros.

Aunque se habla de la creación de un medio la idea es crear una marca que se utilice en los diferentes medios de comunicación por los cuales se va a distribuir la información de y para estudiantes. La importancia de esta estrategia radica principalmente es que se espera generar involucrar a los estudiantes en el ambiente universitario no solo académico sino también social, familiar y tecnológico a través de la participación activa de esta población.

Para promocionar o patrocinar la participación de los estudiantes se esperan utilizar diferentes métodos, los cuales van a ser explicados a continuación, y con los cuales se espera la construcción y el sostenimiento del mismo, es decir la creación de la marca y constante participación para la publicación de la información a medida que se vaya presentando y que se vayan cumpliendo las fechas para cumplir con la periodicidad estimada.

Para poder entender mejor esta estrategia se puede citar el caso observado en la Universidad UPB y EAFIT, donde por medio del Benchmarking se pudo observar el mismo modelo bajo el nombre de “Imago” que se transmite actualmente a través de Facebook, Correo electrónico y periódico impreso en el primer caso y bajo el nombre de “Canal de estudiantes” transmitido por correo electrónico, redes sociales (Facebook, Flickr, Twitter) y a través de la página web para el segundo caso.

### **Creación del medio**

Lo más importante para comenzar a trabajar en un medio que promueva el flujo de información desde y hacia los estudiantes es el involucramiento con estos, por lo tanto el desarrollo se debe realizar en conjunto con los estudiantes de pregrado y el del grupo administrativo encargado de las comunicaciones, que en este caso es el área de mercadeo y comunicaciones.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Como método para involucrar a los estudiantes se planeado un concurso donde por grupos máximo de cuatro personas se hagan propuesta de marca o nombre, colores y logo que se van a utilizar sobre la estrategia de tal manera que sea posible encontrar varias propuestas de la imagen a utilizar. Esta propuesta motiva a los estudiantes a estar pendientes de lo nuevo que viene, genera expectativa y más a futuro determinara una aceptación por parte de todos los estudiantes de pregrado, los profesores y los demás empleados de la institución quienes buscaran formas de aportar a la evolución de esta nueva manera de comunicar.

La condiciones de concurso serán las siguientes: Inicialmente se pedirá la conformación de grupos voluntarios de cuatro personas que estén dispuestas a trabajar por la definición de la imagen, se realizara lo promoción del concurso por todos los medios que actualmente tiene la institución y se publicaran los requerimientos de la entrega de la propuesta. Es un requisito indispensable la inscripción de los grupos a quienes al final del periodo se les solicitara la propuesta completa que debe ser evaluada por el área de mercadeo y comunicaciones de la universidad.

Dado que el montaje y desarrollo del proyecto lleva a cabo algunos meses se espera que el canal empiece a funcionar a partir del segundo semestre del año 2012, por lo tanto en el primer semestre y a partir de febrero se realizara el concurso que tendrá la duración de un (1) mes. Al final de este tiempo se evaluaran las propuestas entregadas y se anunciara un ganador.

Al tener definidas todas las características de la imagen a utilizar se realizara un comité que se encargue del manejo permanente. Para la conformación de este se invitara a todos aquellos que se inscribieron para participar en el concurso como un privilegio y premio por su participación e interés y serán quienes podrán tomar en conjunto las decisiones necesarias para definir los métodos que se utilizaran con el fin de lograr el objetivo.

Luego en el tiempo restante antes de la publicación de los primeros contenidos se definirán los medios en que se va incursionar inicialmente así como se comenzara con la consecución de materiales y la estructuración de los mismos para lograr el acierto en cuanto a la aceptación de los estudiantes.

Es importante aclarar que durante todo este proceso el área de mercadeo y comunicaciones debe proporcionar un apoyo constante al grupo de líderes elegidos para ejecutar el proyecto dado que ellos son los que conocen más el tema y estarán más enterados de la forma de trabajar que se ha propuesto.

### **Temas a tratar**

Como la estrategia trata de involucrar a los estudiantes por medio del flujo de información de ellos y para ellos la idea es que los temas que se transmiten estén La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

propuestos principalmente por ellos, sin embargo también se espera que sea una forma de comunicar información importante que los ayude a estar enterados de situaciones o momentos especiales de los miembros que hacen parte de la institución, incluyendo esto profesores, empleados que no son profesores, y todos los estudiantes, incluyendo a los de pregrado.

Existe un grupo de temas que es muy importante que siempre se tenga presente en las publicaciones que se realicen sin importar el medio por el cual se haga. El tema que siempre debe estar presente es el que trata sobre actualidad universitaria. Este tema juega un papel fundamental en el desarrollo de los estudiantes durante su proceso de formación ya que les permite estar enterados de todos los cambios de su entorno y de aquellos que lo habitan. El conocimiento de este tipo de temas además de proporcionar conocimiento sobre los cambios genera motivación a los estudiantes a sobresalir, a superarse y conocer los resultados de sus proyectos y creaciones.

Además otro tema importante que se debe contemplar es el de opinión. Aunque se debe tener precaución en cómo tratar este tipo de aportes para no generar problemas la necesidad de la creación de polémica como generador del cambio y del mejoramiento es vital para el desarrollo y evolución. El mejoramiento de los procesos que se llevan a cabo en la universidad es un asunto de todos y siendo los estudiantes un grupo de gran influencia y con alta capacidad de observación y análisis donde adicionalmente existe una relación tan estrecha con la institución, están en capacidad de entender y proponer oportunidades de mejora que además pueden hacer que haya un mayor interés por el cuidado de la misma. También hay que tener en cuenta que estos, los estudiantes, son los más interesados por que la institución alcance grandes metas y mejore en todo lo que sea posible.

Por último, otro tema que es bueno tener presente en todas las publicaciones es el de creaciones de los estudiantes fuera de trabajos e invenciones con reconocimientos, es decir, es bueno propiciar la publicación de contenidos creados por los estudiantes que tengan un valor literario como por ejemplo poesías o cuentos entre muchas publicaciones que se pueden hacer. La finalidad de promover este tipo de contenidos es precisamente generar interés y divulgación del mismo medio por el vos a vos que pueden comenzar los estudiantes de pregrado que participen.

### **Periodicidad por medio**

Los medios que se van a utilizar al máximo y que deben estar actualizados todo el tiempo o por lo menos actualizarse una vez a la semana son los virtuales, es decir, la página web de la universidad y las redes sociales tales como Facebook, Twitter y Youtube.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Por medio del correo electrónico se espera enviar una actualización cada 15 días donde de manera resumida se muestren los titulares y una breve descripción de cada tema con su respectivo link de acceso a la página web de la universidad donde se encuentre el contenido completo. Para estos correos se espera que ya esté funcionando la aplicación propuesta en este trabajo de grado para realizar carreros en forma de imagen que se puedan ver desde los dispositivos móviles que se han desarrollado en el último año y que son de alto uso en los estudiantes de pregrado.

En cuanto a la publicación impresa hay es importante revisar el presupuesto que se tiene con el área de comunicaciones, sin embargo la idea es que se realicen al menos dos publicaciones por semestre en formato de periódico que permita la fácil distribución dentro de la institución. Una propuesta para ser efectivos en esta repartición es entregarlos en portería, donde al recibir el tiquete de entrada de los carros se entregue el panfleto o publicación. Para aquellos que entren a pie o en buses y los que estén interesados en conseguir una copia se puede poner un pequeño stand en el lobby y en la cafetería con un letrero que indique lo que se puede encontrar allí.



## 4 DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Al finalizar la recolección de información y analizarla se obtuvieron resultados que permitieron cumplir con cada uno de los objetivos propuestos en el presente trabajo. La participación de los implicados incluyendo estudiantes de pregrado, profesores y los diferentes encargados del área de comunicaciones de las diferentes instituciones universitarias de Medellín jugaron un papel clave en el desarrollo del proyecto y permitieron obtener herramientas claves para proponer mejoras en todo el proceso.

Para comenzar la información brindada por la institución y la recolectada en las encuestas indicó la falta de una estrategia de comunicación cuya efectividad fuera medible y por lo tanto se hizo evidente la necesidad de cambiar la estrategia de tal manera que se pudiera medir y controlar la efectividad de los medios y el uso que se les estaba dando. También se pudo encontrar que los estudiantes se encuentran poco informados y que las condiciones actuales no crean la suficiente motivación para que el comportamiento sea diferente. Sin embargo estos resultados fueron bastante útiles para determinar los puntos débiles del proceso y poder comenzar a pensar y proponer formas de mejorar la estrategia.

El conocimiento del público objetivo se realizó por medio de un análisis cualitativo y cuantitativo que involucraban diferentes métodos de investigación. Estos estudios brindaron el conocimiento de las características, gustos y preferencias de los estudiantes y por lo tanto permitieron conocer la orientación que debía dársele a los medios y a los mensajes que se necesitan transmitir de acuerdo a los temas de interés, las carreras y características generales de la población tales como edad y género entre otros.

Los resultados obtenidos a través del Benchmarking permitieron observar estrategias diferentes de comunicación y orientaron el desarrollo de las nuevas basándose en datos reales encontrados por ellos en sus estudiantes que en muchas ocasiones se parecen a los de la Escuela de Ingeniería de Antioquia. Esta manera de conseguir mayor cantidad de información a un costo menor admitió que existían instituciones mucho más adelantadas en la investigación de estos temas pero impulsó a que se generará un avance rápido y efectivo en cuanto a la construcción de oportunidades de mejoramiento.

Después de haber realizado todo este proceso se realizó la construcción de algunas propuestas de mejoramiento de los canales y medios ya existentes para que tuvieran una acogida mucho mayor dentro de la institución. De igual forma se divulgaron dos nuevas propuestas para involucrar a los estudiantes en el proceso de comunicar y así asegurar su efectividad.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

## 5 CONCLUSIONES

- Por medio del análisis realizado al proceso de comunicación entre los estudiantes de pregrado y la EIA, se identificaron algunas fallas generadas principalmente por ruidos internos y externos a ese proceso. Es de vital importancia atacar dichos ruidos antes de pensar en implementar cualquier cambio dentro de la estrategia actual de comunicaciones, de manera que al eliminar esos obstáculos la universidad podrá estar segura que dichos cambios podrán ser efectuados y la respuesta frente a éstos será positiva .
- Es importante que la EIA como institución educativa escuche a sus estudiantes y que los conozca mejor, cualquier sugerencia que pueda venir de ellos puede ser analizada como parte de una retroalimentación para la universidad que permitirá corroborar junto con otro tipo de evaluaciones si los objetivos que se propone en la relación con los estudiantes están siendo alcanzados.
- El sentido de pertenencia hacia la institución debe inculcarlo la misma, a través de la generación de experiencias positivas para sus estudiantes, permitiéndoles desarrollar un sentimiento de orgullo y amor hacia la EIA. Este sentimiento será clave en un futuro dónde en un papel de egresados la recomendarán a futuras generaciones.
- Como lo que mide no se controla, quedo claro que hay que desarrollar métodos que permitan medir la efectividad de los medios y hacer permanentemente mejoras al sistema de tal manera que se adecuen a las condiciones del entorno el cual depende de factores externos a la institución.

## 6 RECOMENDACIONES

- Teniendo en cuenta la seriedad que debe tener el proceso de investigación cualitativa y que lo ideal es que se realice lo más parecido posible a como lo haría cualquier empresa de investigación de mercados, se recomienda a futuros investigadores que estén interesados en usar la etnografía como metodología ofrecer a los entrevistados alguna recompensa por su colaboración ya sea de tipo monetario o en especie, ya que hace que ellos sientan más compromiso con el proceso y no sea visto como un “favor” y por lo tanto acepten tomar fotos o hacer grabaciones de audio y video como parte de las memorias que deben quedar de la investigación.
- Se recomienda ejecutar cada una de las propuestas y las mejoras planteados, siguiendo los pasos establecidos, además de dar a conocer a todas las personas involucradas en el proceso de comunicación los cambios que se piensan realizar y explicar los efectos positivos que traerán para la Institución.
- Se recomienda realizar una investigación que parta de los resultados obtenidos en la presente, con la finalidad de definir una posible segmentación de los medios de comunicación por perfiles.

## 7 BIBLIOGRAFIA

- Castro, B. (2007). *El auge de la Comunicación Coporativa*. Sevilla: Creative Commons.
- Clow, K. E., & Baack, D. (2010). *Publicidad, promoción y comunicación integral en marketing*. México: Pearson.
- Corrales, D. (2010). *Informe de actividades realizadas por el área de Comunicaciones EIA 2010*. Escuela de Ingeniería de Antioquia, Envigado.
- Corrales, D., & Martínez, N. (22 de Septiembre de 2010). Antecedentes de la comunicación en la EIA. (S. M. Arango Mejía, & M. Pérez Vélez, Entrevistadores)
- Deaux, K., Dane, F., & Wrightsman, L. (1993). *Social psychology in the 90's*. Pacific Grove, CA: Brooks/Cole.
- EIA Comunicaciones. (2010). *Manual de procedimiento para las actividades del día a día del cargo de comunicador para la Escuela de Ingeniería de Antioquia*. Envigado.
- EIA. (2011). *Escuela de Ingeniería de Antioquia*. Recuperado el 16 de Octubre de 2011, de Escuela de Ingeniería de Antioquia
- Escuela de Ingeniería de Antioquia. (2010). *EIA*. Retrieved 2011 йил 28-Abril from <http://www.eia.edu.co/site/LaEIA/Misi%C3%B3nyVisi%C3%B3n/tabid/64/Default.aspx>
- Escuela de Ingeniería de Antioquia. (2010). *EIA*. Recuperado el 27 de Septiembre de 2010, de <http://www.eia.edu.co/site/Pregrados/tabid/56/Default.aspx>
- Espinosa Loera, E. (Junio de 2004). *Gestiopolis*. Recuperado el 26 de Septiembre de 2010, de <http://www.gestiopolis.com/canales2/marketing/1/logcadabas.htm>
- Fernández Collado, C. (1999). *La comunicaión en las organizaciones*. Trillas.
- Fischer, L., & Espejo, J. (2004). *Mercadotecnia*. Mc Graw Hill.
- Fuenmayor, K. (2010). *Universidad Rafael Bellosó Chacín*. Recuperado el 4 de Septiembre de 2010, de <http://www.monografias.com/trabajos11/gerencia/gerencia.shtml>

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Ministerio de Educación Nacional. (21 de Julio de 2010). *Centro Virtual de Noticias de la Educación*. Recuperado el 27 de Septiembre de 2010, de <http://www.mineducacion.gov.co/cvn/1665/w3-article-240237.html>

Moran, J. L. (Julio de 2007). *La Observación*. Recuperado el 15 de Agosto de 2011, de Eumed.net: <http://www.eumed.net/ce/2007b/jlm.htm>

Orihuela, J. (2008). La hora de la redes sociales. *Nueva Revista No. 119* , 57 - 62.

Sandoval, C. G.-G. (1990). *Inventario de los Medios de Comunicación en Costa Rica*. San José: Escuela de ciencias de la comunicación.

Spendolini, M. (1994). *Benchmarking*. Bogotá: Norma.

Trujillo, A. C. (3 de Agosto de 2011). Estrategia de comunicación en la EIA. (S. Arango, & P. Miguel, Entrevistadores)

Verderber, R. F. (1999). *Comunícate*. Thomson.

Wolff, M. I. (19 de Agosto de 2010). Habitabilidad en la EIA. (M. Pérez Vélez, & S. M. Arango Mejía, Entrevistadores)

## 8 ANEXOS

### ANEXO 1: Ilustración de cada medio

Boletín: Enviado el 25 de julio de 2011 para cubrir información hasta el 8 de agosto

**¿Te Consideras un inventor?**

ESCUOLA DE INGENIERIA DE ANTIOQUIA  
*Ser. Saber y Servir*

Extensión EIA Programación Julio

En encuesta para egresados  
ING: CIVIL:

Encuesta para egresados  
Ingeniería Civil  
5 minutos por tu universidad

Reunión general de egresados EIA 2011

¡En agosto vas a bailar más que en tu primera FIESTA de integración!

Fecha: Viernes 19 de agosto de 2011  
Hora: 7 pm a 2 am  
Lugar: Díez Hotel categoría Colombia  
Sin costo, previa inscripción:  
Cupo limitado! inscribete ya!  
Link: [Clic aquí](#)

Salón de Inventores

¿TE CONSIDERAS UN INVENTOR?  
¿Tienes un invento que nadie conoce y aún no lo has mostrado?  
Te están **abiertas las inscripciones**  
para el **IV SALÓN DE INVENTORES & ALTA TECNOLOGÍA 2011**

II FERIA EMPRESARIAL EIA 2011

Conoce las empresas, proyectos y áreas en la cuales te puedes desempeñar  
Las mejores empresas en la EIA  
(Te daremos el contacto)

La Feria Empresarial tiene como objetivo promover y motivar en los estudiantes que están próximos a realizar su semestre de Proyectos Especiales bajo la modalidad de práctica empresarial, los estudiantes de últimos semestres, y los recién egresados de los distintos programas, el conocimiento de las diferentes opciones de empresas y entidades en la cuales pueden desempeñarse laboralmente como practicantes y profesionales.

Cupo limitado, previa inscripción

Mayores informes:

Blanca Luz Gómez Sierra  
Directora de Semestre de Proyectos Especiales  
Teléfono: 354-9090 Ext. 283  
spe@eia.edu.co

Programación Educación continua:

Ver más información

Crea la nueva carátula de la revista Ingeniería Biomédica

La Revista Ingeniería Biomédica

Ilustración 10: Imagen del boletín

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Cartelera:

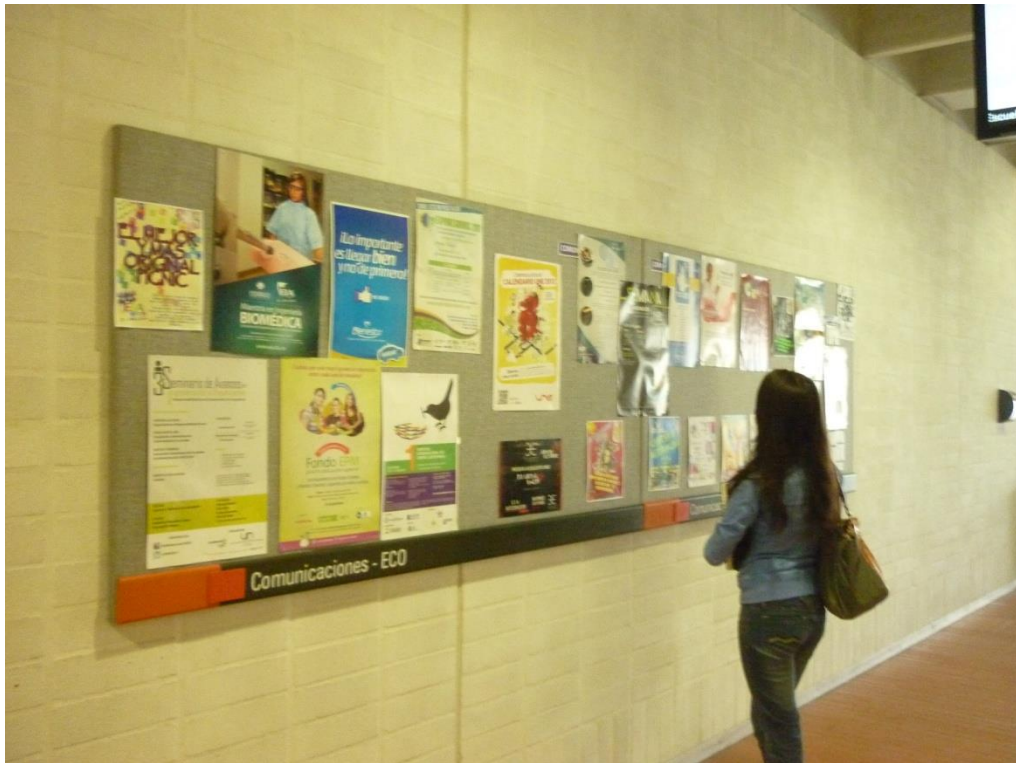


Ilustración 11: cartelera ubicada cerca de la cafetería

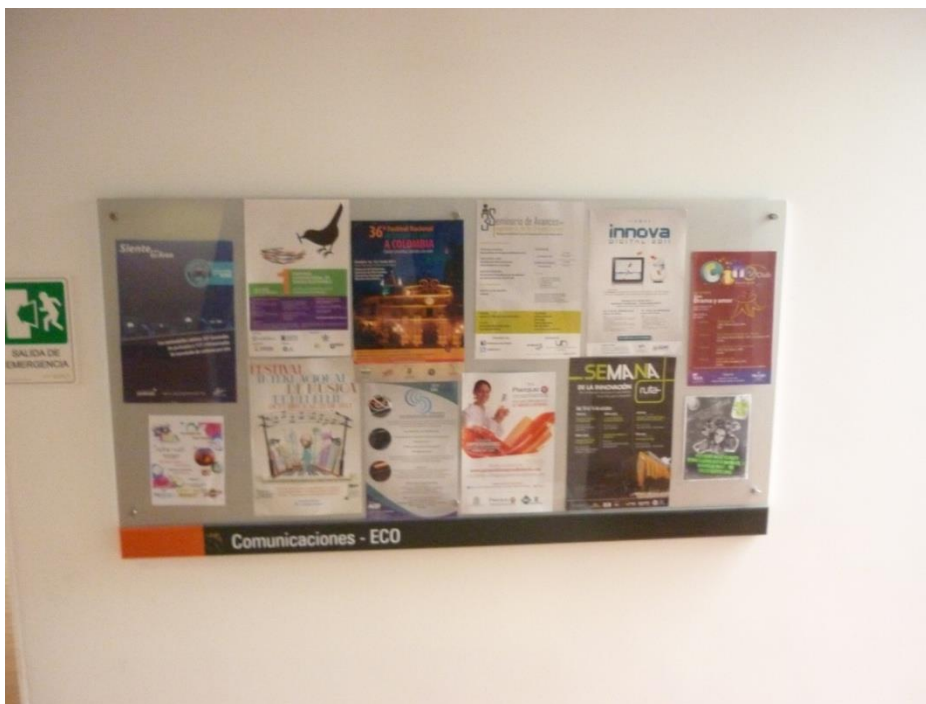


Ilustración 12: Cartelera escaleras a los laboratorios bloque B

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA



**Ilustración 13: Cartelera cerca a la fotocopidora**



**Ilustración 14: Biombo plazoleta principal**

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA





**Il·lustració 15: Distribució Biombo plazoleta principal**

La informació presentada en este document es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Pantallas de TV:



Ilustración 16: Pantallas de la cafetería



Ilustración 17: Pantalla de Admisiones y Registro

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA



**Ilustración 18: Pantalla cerca de Bienestar Universitario**



**Ilustración 19: Pantalla entrada a cafetería**

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Facebook:

**Escuela de Ingeniería de Antioquia (EIA)**  
University · Bogotá

**Well** Escuela de Ingeniería de... · Everyone (Most Recent) ▾

Share: Post Photo Link Video

Write something...

---

**MaestríasCO.com**  
Hola. Les quiero invitar a conocer nuestra sede.  
  
MaestríasCO.com  
www.MaestríasCO.com  
MaestríasCO.com, sede con la mayor oferta académica de posgrados, maestrías, especializaciones, cursos especializados y doctorados en Colombia de las principales universidades públicas y privadas del país.  
 Like · Comment · Translate · Share · Yesterday at 8:19pm ·

---

**Alejandra Yepes Cedevid**  
¿Qué pasó con la escuela?... cáterma de mejorando la calidad SIN OUDA  
[www.finanzaspersonales.com.co](http://www.finanzaspersonales.com.co)  
Las mejores facultades de administración por los casos  
los resultados del caso muestran dónde caídas las mejoras y qué universidades ofrecen los mejores programas de administración en el país. la mejor, la universidad nacional de medellín, seguida por el caso y el cotacachi. las otras ocupan el sexto lugar.  
 Like · Comment · Share · Saturday at 8:46am ·

---

**Juan Esteban Villegas**  
Que buena semana de fiestas, de corazón felicitar a todas las personas de binacer en la EIA, y a todas las que estuvieron de una u otra forma vinculadas con las actividades. Se pasó muy buena, se integró mucho a los estudiantes y, lo más importante, creo que mucho lo ganamos un poco más de cariño a la escuela.  
 Like · Comment · Saturday at 10:35am ·

4 people like this.

Write a comment...

---

**Escuela de Ingeniería de Antioquia (EIA)** added 46 new photos to the album **Semana Cultural**.  
  
**Semana Cultural**  
 Like · Comment · Share · Friday at 9:45am ·

David Gonzalez and 23 others like this.

**Liliana White Correa** Que fiestas la pasamos muy rico ayer!  
Friday at 9:55am · Like · 3 people

Write a comment...

---

**Escuela de Ingeniería de Antioquia (EIA)** added 43 new photos to the album **Semana Cultural**.  
  
**Semana Cultural**

Ilustración 20: Perfil de Facebook

Twitter:

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

**twitter** Buscar Inicio Perfil Mensajes A

**EIA**  
**@MiEIA** Envigado - Colombia  
 La Escuela de Ingeniería de Antioquia es una institución privada de educación superior cuya misión es formar profesionales e ingenieros de la más alta calidad  
<http://www.eia.edu.co/>

+ Seguir

Twitter a @MiEIA

Tweets Favoritos Siguiendo Seguidores Listas

**Krdona\_** Juan Camilo Cardona por MiEIA  
 Gracias a la comunidad de @MiEIA excelentes fiestas!  
 13 de oct

**MiEIA** EIA  
 He publicado 44 fotos en Facebook en el álbum "Semana Cultural". <fb.me/1mZVQvzUj>  
 14 de oct

**MiEIA** EIA  
 He publicado 44 fotos en Facebook en el álbum "Semana Cultural". <fb.me/ROrZMHfs>  
 14 de oct

**MiEIA** EIA  
 He publicado 44 fotos en Facebook en el álbum "Semana Cultural". <fb.me/NhoA2jTI>  
 14 de oct

**joquic1289** Jonathan Quintero C. por MiEIA  
 @MiEIA Carrera de observación EIA 2011 -Tema Caricaturas - Viernes 14 de Octubre  
 5 de oct

**UniversidadCES** Universidad CES por MiEIA  
 Abiertas las inscripciones para Maestría en Ing. Biomédica. Informes al correo [maestriabiomedica@eia.edu.co](mailto:maestriabiomedica@eia.edu.co)  
 @UniversidadCES  
 12 de oct

Ilustración 21: Perfil de Twitter

## Canal en Youtube

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

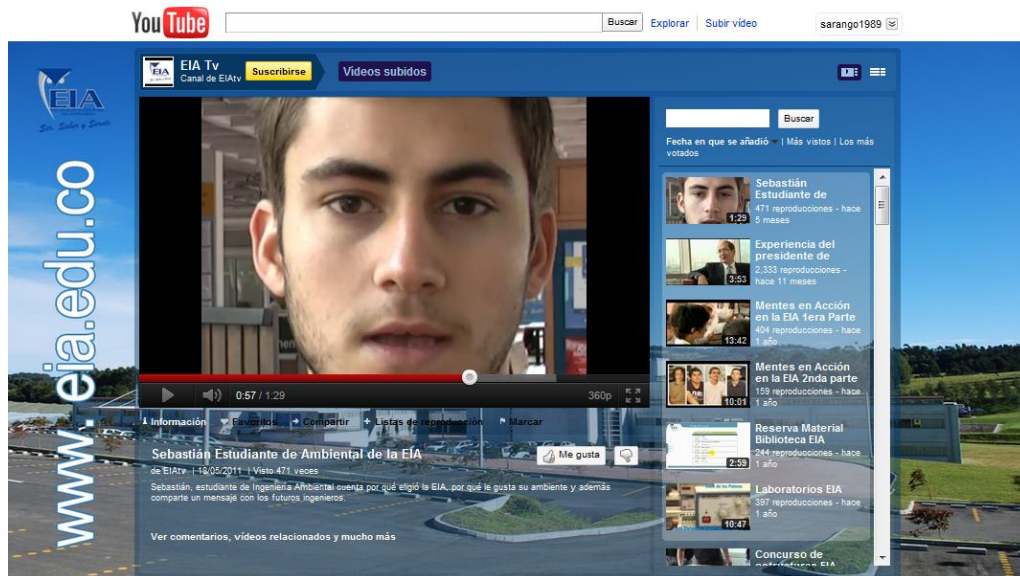


Ilustración 22: Perfil de Youtube

## Blog Reflexiones ciudadanas

**DE CARA A LA SOCIEDAD**

- [Presentación del Blog de la EIA. Favor dar clic derecho, abrir en ventana nueva.](#)

16 de julio de 2010

**DE REGRESO A LA ESCUELA: una reflexión sobre las competencias genéricas en la EIA**

Estoy en una institución que no nos deja de sorprender y a la que muchos egresados queremos volver. He tenido oportunidad de pasar por trabajos tan técnicos como unos estudios de amenaza sísmica, y por otros tan aparentemente ajenos a la ingeniería como las labores gremiales, para estar ahora de regreso a la EIA. En el camino he aprendido a valorar ciertas competencias genéricas que se fortalecieron durante la formación profesional, sin hacer parte explícita de las disciplinas propias de la Ingeniería Civil. Han sido como un hilo conductor y una fuente de seguridad para aprender a aprender, al asumir cada nuevo desafío.

En el ámbito académico, el desarrollo de las competencias genéricas forma parte de la vida institucional. En algunos casos son definidas claramente en la formación de los estudiantes y, en otros casos, son producto de la puesta en escena de los principios institucionales y de los valores compartidos por la comunidad académica. Los Exámenes de Calidad de la Educación Superior - ECAES-, aun para las carreras con prueba específica, como cuatro de las ingenierías de la EIA, evalúan competencias como la comprensión lectora. La prueba genérica que empezó a aplicar el ICFES en 2009 como requisito de grado para las demás carreras, en la que nuestros estudiantes obtuvieron el mejor promedio del país entre más de 55.000 alumnos, incluye además otras competencias como el entendimiento interpersonal, el pensamiento crítico y la solución de problemas.

Pero en el ámbito laboral también se encuentra un interés explícito por este tipo de competencias. De acuerdo con el Informe Nacional de Competitividad 2009-2010, Ruta a la Prosperidad Colectiva, del Consejo Privado de Competitividad de Colombia, "los empresarios señalan que se requiere en personas éticas, que sepan trabajar en equipo, comunicarse de manera oral y escrita, y manejar herramientas informáticas básicas y específicas (Encuesta a empleadores de 13 áreas metropolitanas aplicada por el Observatorio Laboral para la Educación, 2008). En palabras de Richard Murnane (profesor e investigador de la Escuela de Graduados en Educación de la Universidad de Harvard), transcritas en el Informe, los grandes retos de un sistema educativo radican en generar un "pensamiento experto" y una "comunicación compleja"...

Pensamiento experto: conocimiento de los problemas y comprensión de las relaciones que se infiere de ellos, habilidades para reconocer patrones en la información, iniciativa y habilidades para monitorear los problemas propios y entender si se está en el camino correcto para solucionarlos.

Comunicación compleja: incluye la habilidad para observar y escuchar, generar información crítica, interpretar la información, comunicar lo que se interpreta a otros y lograr lo anterior en más de un idioma.

El buen resultado de los alumnos de la EIA en los ECAES, que son sólo una forma de medir competencias, refleja finalmente una apuesta por la formación integral y por la calidad que está presente en toda la EIA y que ahora es respaldada por la Acreditación Institucional de Alta Calidad otorgada por el MEN a 18 instituciones de educación superior en el país.

Estas competencias genéricas se refuerzan día a día en las aulas, en los semilleros de investigación, en los cursos, en cada rincón de la EIA. Cuando los estudiantes de ingeniería están cansados de preparar presentaciones, de escribir informes y de recibir trabajos llenos de correcciones de ortografía y redacción, insistimos en la importancia de estas competencias y recurrimos a ejemplos de oportunidades laborales perdidas por hablar o escribir mal, de proyectos que no logran venderse porque están mal presentados o de ideas que mueren en el primer intento por falta aparente de claridad. Uno de nuestros principales desafíos consiste en seguir formando profesionales que se comuniquen, lean y relacionen bien, con pensamiento crítico y habilidades para la solución de problemas.

www.eia.edu.co

Ilustración 23: Blog EIA

## Galería en Flickr

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

## Galería de Escuela de Ingeniería de Antioquia

[Álbumes](#) [Expos](#) [Etiquetas](#) [Personas](#) [Mapa](#) [Archivos](#) [Favoritas](#) [Perfil](#) 



**La Investigación en la EIA 2**

 Todos los derechos reservados

Cargada el 25 de oct. 2010

0 comentarios



**La Investigación en la EIA**

 Todos los derechos reservados

Cargada el 25 de oct. 2010

0 comentarios



**Carlos Felipe Londoño Álvarez - Rector de la EIA**

 Todos los derechos reservados

Cargada el 25 de oct. 2010

0 comentarios



**Plaza\_Principal\_EIA\_Las\_Palmas**

 Todos los derechos reservados

Cargada el 25 de oct. 2010

0 comentarios



**EIA Sede Postgrados 2**

 Todos los derechos reservados

Cargada el 25 de oct. 2010

0 comentarios



**EIA Sede Postgrados**

 Todos los derechos reservados

Cargada el 25 de oct. 2010

0 comentarios

**Ilustración 24: Perfil Flickr**

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Revista Tangente: Publicación en diciembre de 2009



Ilustración 25: Revista Tangente

Edición número 1: Una nueva Ingeniería para todos (Diciembre de 2008)

Edición número 2: Ingeniería Mecatrónica una de las carreras del futuro... Hoy (Diciembre de 2009)

Edición número 3: EIA naturaleza digital (Octubre de 2010)

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA



Página web:



Ilustración 26: Página web EIA

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

## **ANEXO 2: Encuesta estudiantes de pregrado.**

(Aplicada entre septiembre y octubre de 2011)

Buen día,

La presente encuesta se hace con la finalidad de evaluar los medios que tiene la Universidad actualmente y de conocer las opiniones que tienen los estudiantes. Esta información hace parte de los requerimientos para el desarrollo de uno de los objetivos del trabajo de grado de unos estudiantes de la universidad.

Agradecemos su tiempo y sinceridad en la respuesta de este formulario.

**Pregunta 1.** \*Señale uno o más medios de comunicación que conozca usted que utiliza la EIA para informar a sus estudiantes

- Boletín por correo
- Redes Sociales (Facebook, Twitter y Youtube)
- Carteleras
- Revistas
- Pantallas de TV
- Otro:

**Pregunta 2** \*Señale que tipo de información sabe usted que transmite la EIA

- Noticias de actualidad
- Noticias internas
- Actividades extracurriculares
- Cursos, Diplomados y Maestrías
- Conferencias, Seminarios, Conversatorios y Foros
- Otro:

**Pregunta 3.** \*Seleccione de 1 a 5 según la frecuencia con la que utiliza los diferentes medios que tiene la EIA para obtener información de su interés relacionada con la institución (Siendo 1: muy frecuente y 5: Nunca)

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

	1	2	3	4	5
Boletín	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pantallas de TV	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Facebook	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Revista Tangente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Carteleras	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Pregunta 4.** Señale las redes sociales a las que usted sepa que pertenece la EIA

- Twitter
- Facebook
- Youtube
- MySpace
- Flickr
- LinkedIn

**Pregunta 5.** ¿Utiliza las carteleras de la universidad como medio para obtener información?

- Si
- No

#### Uso de carteleras

**Pregunta 5.1** \*Escoja las carteleras a las que se acerca usted para obtener información

- Entrada a la cafetería
- Hall principal
- Laboratorios
- Salones de clase

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

**Pregunta 5.2** \*Señale la  usted se acerca a las carteleras

para obtener información

Nunca

1-2 veces por semana

3-4 veces por semana

Todos los días

**Pregunta 6** \*¿Ha leído usted la revista Tangente?

Si

No

### Revista Tangente

**Pregunta 6.1** \*Considera que los artículos son:

Interesantes

Aburridos

No son adecuados para la publicación

Totalmente adecuados para la publicación

### Revista Tangente

**Pregunta 6.2** \*Señale una o más razones por las cuales usted no lee la revista Tangente

No sé que es la revista Tangente

Sé que es la revista Tangente pero no sé cuándo circula

No me interesa porque los temas que trata no son interesantes

Otro:

**Pregunta 7** ¿Ha visitado alguna vez el Blog de EIA?

Si

No

### Blog de la EIA

**Pregunta 7.1** \*¿Ha participado alguna vez en el blog?

Si

No

**Pregunta 7.2** \*¿Con qué frecuencia visita el blog?

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

- Nunca
- Casi nunca
- Casi siempre
- Siempre

**Blog de la EIA**

**Pregunta 7.3** \*Escoja una o más razones por las cuales nunca ha visitado el blog

- No tengo tiempo
- No sabía que existía
- No me interesan los temas que allí se tratan
- Otro:

**Pregunta 8** \*Para cada evento defina si asiste o no.

	Si	No
Jueves Institucional	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jueves de avanzada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cineclub	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Café del Búho	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Club de cocina	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Deporte y recreación	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Semana de Literatura y arte	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jornada cultural	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

	Si	No
Muestra de talentos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Día del Ingeniero	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Pregunta 9** \*Escoja 3 o más motivos por los cuales usted decide asistir o no asistir a estos eventos

- Interés en las temáticas
- Transporte
- Clima
- Información
- Motivación
- Horario en el que se realiza
- Disponibilidad de tiempo
- Otro:

**Datos personales**

**Programa \***

**Nivel \***

**Edad \***

**E-mail**

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

### **ANEXO 3: Diseño del instrumento para un día en la vida de y registros de la investigación.**

#### **INSTRUMENTO**

##### **1. Preguntas generales**

1. ¿A qué sitios le gusta salir?
2. ¿Con quién le gusta salir?
3. ¿Qué le gusta hacer en estos sitios?
4. ¿Le gusta ir a restaurantes? ¿Qué le gusta comer?
5. ¿Qué música le gusta escuchar?
6. ¿Qué hobbies tiene?
7. ¿Practica algún deporte? ¿Cuál? ¿Dónde lo practica?

##### **2. Entorno familiar:**

Qué se esperar observar:

<b>Aspecto a observar</b>	<b>Anotaciones</b>
Tiempo que invierte en comunicarse con sus padres	
Trata con sus padres temas referentes a la universidad	
Actividades académicas que comparte con su familia	
Qué otras actividades hace mientras habla con sus padres	
Pasa tiempo con sus padres dentro o fuera del hogar, que tipo de actividades realizan juntos	
Como es la comunicación con sus hermanos ¿De qué temas hablan?	
Qué otras actividades realiza en la casa	

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Aspecto a observar	Anotaciones
Forma de comunicarse	
Estilo para relacionarse (verbal, Gestual, cercano, frío o cálido)	
¿Qué otros temas de conversación tiene con su familia?	
Estilo de vida familiar (ordenados, sociables, horarios establecidos)	
Medios de comunicación que utilizan los miembros de la familia para informarse.	
Promedio del tiempo que habla con la familia durante el tiempo de observación.	
Otras observaciones generales de la interacción con la familia.	

Entrevista en profundidad:

1. ¿Cómo está constituida su familia? ¿Con quienes de ellos vive?
2. ¿Cómo es la comunicación con su familia?
3. ¿Cuánto tiempo del día dedica para comunicarse con ellos?
4. ¿Cuándo se encuentra fuera de la casa se comunica con sus familiares?
5. ¿De qué temas acostumbra hablar con su familia?
6. ¿Qué actividades realiza con su familia?
7. ¿Qué medios utiliza para comunicarse con ellos?
8. ¿Qué temas referentes a la universidad comparte con sus papás?

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA



### 3. Entorno académico

Qué se esperar observar:

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
Académico	Transporte (Actitud frente a medios disponibles, ¿está satisfecho?)	
	Puntualidad	
	Nivel de compromiso con la clase y con el estudio	
	Participación en clase	
	Responsabilidad con los horarios	
	Tiempo que dedica a estudiar en la Universidad	
	¿Tiene grupo de estudio? ¿Cuántos son?	
	Nivel de atención en la clase	
	Cómo recoge información de la universidad, a través de qué medios	
	Tipo de relación con los profesores	
	Forma de comunicarse con sus compañeros y profesores	

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	Estilo para relacionarse con los compañeros y profesores (verbal, Gestual, cercano, frío o cálido)	
	¿Cuánto tiempo estuvo en la universidad?	
	¿Qué actividades realiza en sus espacios fuera de clase?	
	Promedio del tiempo que habla con sus compañeros de clase y profesores durante el tiempo de observación	
	¿Qué espacios de la universidad utiliza? ¿Con quiénes?	
	Otras observaciones generales sobre el entorno académico	

Entrevista en profundidad:

1. ¿Con qué frecuencia sube a la Universidad?
2. ¿Cuántas horas al día pasa en la Universidad?
3. ¿Qué medio de transporte utiliza para desplazarse a la Universidad?
4. ¿Qué hace durante su tiempo libre en la Universidad?
5. ¿En qué tipo de actividades extracurriculares propuestas por la Universidad participa?
6. ¿Qué temas académicos le interesan?
7. ¿Cómo se comunica con sus compañeros para un trabajo en equipo?

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

8. ¿Cómo se comunica con sus profesores cuando tiene alguna duda respecto a un trabajo o a un examen?
9. ¿Utiliza las instalaciones de la Universidad para estudiar?
10. ¿Qué opina de las siguientes afirmaciones?
  - a. “no asisto a las conferencias que ofrece la universidad por qué no recibo información de estas”
  - b. “Creo que la estrategia de enviar la información por medio de correo electrónico es la ideal para informarnos de lo que está pasando en la universidad”
  - c. “Las carteleras se encuentran en zonas visibles y son de fácil acceso para los estudiantes”
  - d. “es que la universidad no se sabe comunicar con los estudiantes”

#### 4. Entorno social:

Qué se esperar observar:

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
Social	Estilo de amigos	
	Habla con sus amigos de temas académicos	
	Cómo es la conversación con sus amigos	
	Comparte dentro de la Universidad con los amigos que pertenecen a la misma	
	Como es el círculo social que maneja dentro de la Universidad	
	Dedica espacios a estar solo	
	Comparte sus gustos y preferencias con sus amigos	
	En qué tipo de círculos sociales se desenvuelve (de la universidad, del colegio, otras universidades, etc.)	

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	Qué medios utiliza para comunicarse con sus amigos (celular, correo, etc.)	
	Marcas de implementos tecnológicos, tiene plan de minutos, de datos, cuales quisieran tener	
	Promedio del tiempo que pasa o habla con su amigos durante el tiempo de observación	
	Qué tipo de actividades realiza con ellos	
	Qué medios de transporte usan para desplazarse a sus actividades	
	Con qué frecuencia se comunica con sus amigos	
	A qué otras universidades pertenecen su amigos	
	Estilo de comunicación con sus amigos (agresivo, pasivo o asertivo)	
	Estilo para relacionarse con sus amigos (verbal, Gestual, cercano, frio o cálido)	
	Otras observaciones generales sobre el entorno social	

Entrevista a profundidad:

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

1. ¿Tiene amigos en la Universidad?
2. ¿De qué otros círculos sociales hace parte?
3. ¿Qué hace los fines de semana por la noche?
4. ¿Cómo se comunica con sus amigos?
5. ¿Qué edad tienen sus amigos?
6. ¿Tiene amigos en otras partes del mundo (conocido o solo por internet)?
7. ¿Cómo se comunica con sus amigos de otras partes del mundo?
8. ¿Cuántas veces a la semana se ve con sus amigos?
9. ¿Qué actividades le gusta realizar con sus amigos?
10. ¿Existe alguna relación entre sus padres y los padres de sus amigos?

## 5. Entorno Redes Sociales

La mayor parte de la observación en este entorno se hará a través de Facebook, dónde las personas observadas se agregarán como amigos y se hará un seguimiento de las actividades que realicen a través de este medio.

Qué se espera observar:

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
Redes sociales	¿Tiene computador?, ¿Cuánto tiempo dedica a estar en él?	
	¿Qué hace en el computador?	
	¿Tiene consolas de videojuegos?	
	¿Cómo es la participación en Facebook?, ¿genera contenido o solo se dedica a opinar?	
	¿Publica videos en Facebook?	
	¿Crea álbumes de fotos?	
	Cuantos amigos tiene en Facebook	
	Como clasifica sus amigos en Facebook	
	A que grupos pertenece en Facebook	
	¿Sigue la página de la Escuela en las Redes sociales?	
	¿Busca en páginas de internet de periódicos información?	
	¿Chatea en el computador?, ¿Qué programa utiliza?	

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	¿Tiene en el computador la página de la Escuela como favorito?	
	¿Qué celular tiene?	
	Qué plan de minutos y de datos tiene	
	¿Qué aplicaciones utiliza en Facebook? (juegos, encuestas, eventos, notas, etc.)	
	En promedio cuanto tiempo está en Facebook durante el tiempo de observación	
	Otras observaciones generales sobre el entorno virtual	

Entrevista a profundidad:

1. ¿Hace parte de alguna otra red social?
2. ¿Tiene amigos por internet?
3. ¿Cada cuánto tiene contacto con ellos?
4. ¿Sigue la página de la Universidad en Facebook?
5. ¿Ha obtenido información importante para usted de la Universidad a través de este medio?
6. ¿Para qué usa internet?
7. ¿Cuál es la página que más visita en internet?
8. ¿Cada cuánto entra a la página de la Escuela?
9. ¿Influyen los medios virtuales en la programación de sus actividades diarias?

**REGISTROS DE LA INVESTIGACIÓN HECHA ENTRE EL 26 DE SEPTIEMBRE HASTA EL 8 DE OCTUBRE**

Estudiante 1  
 Edad: 23  
 Nivel: 10  
 Carrera: Biomédica

**Preguntas generales**

1. ¿A qué sitios le gusta salir? Le gusta mucho viajar, prefiere los planes para visitar pueblos, ciudades, países

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

2. ¿Con quién le gusta salir? Con las amigas y con el mejor amigo
3. ¿Qué le gusta hacer en estos sitios? Compartir con sus amigos, salir y despejarse, conocer sitios nuevos
4. ¿Le gusta ir a restaurantes? ¿Qué le gusta comer? Si, le gusta mucho salir a comer sushi y comida mexicana
5. ¿Qué música le gusta escuchar? Mucho pop y rock suave, un poquito de reggaetón
6. ¿Qué hobbies tiene? La literatura de Gabriel García Márquez y de Isabel Allende
7. ¿Practica algún deporte? ¿Cuál? ¿Dónde lo practica? Clase de rumba y spinning, en el barrio.

### Entorno familiar:

Entrevista en profundidad:

1. ¿Cómo está constituida su familia? ¿Con quienes de ellos vive? el papá, mamá la hermana y ella, sólo vive con su mamá y su hermana
2. ¿Cómo es la comunicación con su familia? Es muy buena y constante aunque lo es más con la mamá que con el papá por no vivir con ellas
3. ¿Cuánto tiempo del día dedica para comunicarse con ellos? Con la mamá una hora mínimo
4. ¿Cuándo se encuentra fuera de la casa se comunica con sus familiares? Si siempre, se interesa por llamarlos, y sobre todo con el papá por no vivir con el
5. ¿De qué temas acostumbra hablar con su familia? Con la mamá de cualquier tema a ella le tiene mucha confianza, con el papá del día, de historias de la vida
6. ¿Qué actividades realiza con su familia? Hacen ejercicio, van a cine, a comer, ver películas en la casa, comprar ropa
7. ¿Qué medios utiliza para comunicarse con ellos? Con toda la familia por el chat de BlackBerry, todos tienen.
8. ¿Qué temas referentes a la universidad comparte con sus papás? Parciales, quices, profesores, historias de las amigas de la Universidad.

Qué se esperar observar:

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
Familiar	Tiempo que invierte en comunicarse con sus padres	Una hora, hablan del día, de historias del trabajo
	Trata con sus padres temas referentes a la universidad	Si, de las clases y un examen que tuvo ese día.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	Actividades académicas que comparte con su familia	Sus exámenes, laboratorios en los que haya estado, algunas conferencias que le hayan parecido muy interesantes.
	Qué otras actividades hace mientras habla con sus padres	Cocinar, ver televisión, estar en el computador
	Pasa tiempo con sus padres dentro o fuera del hogar, que tipo de actividades realizan juntos	Si, pasa más tiempo con ellos en la casa, aunque también disfrutan de hacer cosas en familia sobretodo en vacaciones y algunos fines de semana.
	Como es la comunicación con sus hermanos ¿De qué temas hablan?	Es menos cercana, hablan de temas referentes al papá o de chismes, de los novios
	Qué otras actividades realiza en la casa	Cocinar, trabajar, siempre está es por la noche.
	Forma de comunicarse	Muy directa, informal.
	Estilo para relacionarse (verbal, Gestual, cercano, frio o cálido)	Muy gestual, también verbal y muy cercano
	¿Qué otros temas de conversación tiene con su familia?	Historias de la vida, del día, problemas en el trabajo, noticias de actualidad.
	Estilo de vida familiar (ordenados, sociables, horarios establecidos)	Son sociables, un poco desordenadas, sin horarios establecidos, dada la diferencia de sus horarios, todas trabajan o estudian entonces es difícil mantener la casa ordenada sobretodo en semana
	Medios de comunicación que utilizan los miembros de la familia para informarse.	Siempre por el celular o el teléfono

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA



Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	Promedio del tiempo que habla con la familia durante el tiempo de observación.	Con su hermana habló durante diez minutos sobre cosas que les paso en el día, con su mamá si compartió más tiempo, conversaron durante 40 minutos
	Otras observaciones generales de la interacción con la familia.	La interacción entre las mujeres es constante, peor con el papá deben buscar apoyo del celular o teléfono como principal medio de comunicación entre ellos ya que no se ven todos los días ni todas las semanas

### Entorno académico

Entrevista en profundidad:

1. ¿Con qué frecuencia sube a la Universidad? 2 veces en la semana a la sede de las palmas y otras dos veces a la semana a Zúñiga
2. ¿Cuántas horas al día pasa en la Universidad? 2 horas siempre, sólo se limita a estar para la clase
3. ¿Qué medio de transporte utiliza para desplazarse a la Universidad? Siempre con una amiga, fue el mismo transporte durante toda la carrera
4. ¿Qué hace durante su tiempo libre en la Universidad? No tiene tiempo libre en la Universidad
5. ¿En qué tipo de actividades extracurriculares propuestas por la Universidad participa? En ninguna, nunca ha estado porque no le interesa
6. ¿Qué temas académicos le interesan? Metrología, Biotecnología ,Ingeniería clínica en general
7. ¿Cómo se comunica con sus compañeros para un trabajo en equipo? Por correo, por BlackBerry, Messenger o Skype
8. ¿Cómo se comunica con sus profesores cuando tiene alguna duda respecto a un trabajo o a un examen? Por correo pero prefiere llamarlos si ellos le dan el teléfono
9. ¿Utiliza las instalaciones de la Universidad para estudiar? No, nunca lo hace porque no tiene tiempo, debe sacar tiempo por la noche en su casa después de trabajar
10. ¿Qué opina de las siguientes afirmaciones?
  - a) “no asisto a las conferencias que ofrece la universidad por qué no recibo información de estas” No está de acuerdo, le llegan pero el problema es de interés en las temáticas
  - b) “Creo que la estrategia de enviar la información por medio de correo electrónico es la ideal para informarnos de lo que está pasando en la universidad” No está de acuerdo, deberían hacer otra cosa pero nos e le ocurre nada

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

- c) “Las carteleras se encuentran en zonas visibles y son de fácil acceso para los estudiantes” De acuerdo
- d) “es que la universidad no se sabe comunicar con los estudiantes” No le parece que deba ser tan radical

Qué se esperar observar:

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
Académico	Transporte (Actitud frente a medios disponibles, ¿está satisfecho?)	Siempre ha tenido la facilidad de subirse y bajarse con una amiga, pero no tendría ningún problema en usar el bus si lo tuviera que hacer
	Puntualidad	Como llega del trabajo es más difícil para ella llegar a tiempo algunas veces, pero trata siempre de hacerlo antes que empiece la clase
	Nivel de compromiso con la clase y con el estudio	Alto, lo demuestra cuando habla de la materia y los temas que se tratan, nunca falta a esta clase, prefiere faltar a otras.
	Participación en clase	Alta, sigue al profesor en todas las instrucciones, pregunta si tiene dudas y aporta.
	Responsabilidad con los horarios	Trata de ser muy responsable con su horario, muchas veces se le presentan problemas en el trabajo y no puede asistir.
	Tiempo que dedica a estudiar en la Universidad	Poco, el tiempo que pasa en la universidad es únicamente el necesario, durante las clases y los espacios entre ellas.
	¿Tiene grupo de estudio? ¿Cuántos son?	Para las materias que ella está viendo en este momento no es necesario estudiar con otras personas, además por su trabajo se le hace difícil cuadrar su horario con sus otros compañeros.
	Nivel de atención en la clase	Alto, el tema le interesa mucho y está siempre pendiente de todo lo que dice el profesor.
	Cómo recoge información de la universidad, a través de qué medios	Busca a la persona o departamento encargada del evento o le pregunta a sus compañeros.
	Tipo de relación con los profesores	La relación no es muy cercana, pero no deja de ser respetuosa, hablan únicamente de temas referentes a la parte académica.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	Forma de comunicarse con sus compañeros y profesores	Muestra seguridad y no tiene ningún tipo de problema para comunicarse con ellos.
	Estilo para relacionarse con los compañeros y profesores (verbal, Gestual, cercano, frío o cálido)	Verbal más que gestual, muy cercano y cálido,
	¿Cuánto tiempo estuvo en la universidad?	Dos horas, para la clase únicamente.
	¿Qué actividades realiza en sus espacios fuera de clase?	No realiza ningún tipo de actividad ya que sólo sube para las clases que tiene, pero entre clases come y habla con sus compañeros.
	Promedio del tiempo que habla con sus compañeros de clase y profesores durante el tiempo de observación	Todo el tiempo hablo con ellos aunque el tema que se manejó durante la conversación fue sólo académico, referente a la materia específicamente.
	¿Qué espacios de la universidad utiliza? ¿Con quiénes?	Cafetería, laboratorios, salones, sola o con sus compañeros.
	Otras observaciones generales sobre el entorno académico	Es una persona que por la falta de tiempo no puede estar en la universidad, únicamente sube para sus clases, esto hace que no se interese por realizar otras actividades académicas o culturales que se ofrezcan, principalmente por falta de tiempo.

### Entorno social:

Entrevista a profundidad:

1. ¿Tiene amigos en la Universidad? Si, de la carrera y de otras
2. ¿De qué otros círculos sociales hace parte? Los amigos del colegio, los amigos de toda la vida, sus primos, amigos del trabajo.
3. ¿Qué hace los fines de semana por la noche? Sale mucho a comer y a tomar algo, pocas veces sale a rumbar.
4. ¿Cómo se comunica con sus amigos? Siempre por celular, el chat de BlackBerry y Facebook

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

5. ¿Qué edad tienen sus amigos? En promedio 22-26 años
6. ¿Tiene amigos en otras partes del mundo (conocido o solo por internet)? Si, conocidos, uno vive en San Francisco y el otro en Bangkok
7. ¿Cómo se comunica con sus amigos de otras partes del mundo? A través de Facebook, BlackBerry y Skype.
8. ¿Cuántas veces a la semana se ve con sus amigos? Mínimo una vez por semana
9. ¿Qué actividades le gusta realizar con sus amigos? Comer, tomarse algo en la Strada, pasear.
10. ¿Existe alguna relación entre sus padres y los padres de sus amigos? Con los del colegio, aunque no son muy cercanos y con los amigos de toda la vida.

Qué se esperar observar:

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
Social	Estilo de amigos	Muy parecidos a ella, la mayoría son mujeres, la forma de vestir y de hablar son muy parecidas.
	Habla con sus amigos de temas académicos	Si, comentan historias de la universidad, con las de la misma carrera comentan los laboratorios
	Cómo es la conversación con sus amigos	Contante y asertiva, no muestra timidez para hablar con ellos.
	Comparte dentro de la Universidad con los amigos que pertenecen a la misma	Si, aunque es poco el tiempo que pasa con ellos por estar trabajando.
	Como es el círculo social que maneja dentro de la Universidad	Amplio, tiene amigos que son de su carrera y de otras con los que entro desde primer semestre. Son hombres y mujeres por igual.
	Dedica espacios a estar solo	Si, una clase no es con sus compañeros, casi siempre los espacios después de esa clase está sola. No muestra ningún problema por hacerlo, y cuando está en su casa aprovecha también para estar sola.
	Comparte sus gustos y preferencias con sus amigos	Si, lo hace de una manera respetuosa, expone su punto de vista y escucha las opiniones de sus amigos.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	En qué tipo de círculos sociales se desenvuelve (de la universidad, del colegio, otras universidades, etc.)	Amigos de la Universidad, del colegio, de la vida, familiar con sus primos.
	Qué medios utiliza para comunicarse con sus amigos (celular, correo, etc.)	Principalmente celular con los que tienen BlackBerry, también por Facebook y por Messenger.
	Marcas de implementos tecnológicos, tiene plan de minutos, de datos, cuales quisieran tener	Celular: Blackberry Portátil: Hewlett Packard Otro: iPod shuffle No es muy amante de la tecnología, tiene lo necesario, tiende a ser muy dependiente de su celular.
	Promedio del tiempo que pasa o habla con su amigos durante el tiempo de observación	Durante todo el tiempo de observación mantuvo una conversación activa con ellos.
	Qué tipo de actividades realiza con ellos	Le gusta mucho pasear, ir a pueblos, conocer nuevos.
	Qué medios de transporte usan para desplazarse a sus actividades	Carro, taxi, bus, todo depende del tipo de actividad que hagan, no muestra inclinación por uno y no tiene ningún problema de usar alguno de los tres.
	Con qué frecuencia se comunica con sus amigos	Cuatro o cinco veces por semana, todo depende del medio a través del cual lo haga.
	A qué otras universidades pertenecen su amigos	EAFIT, Universidad Medellín, ITM, Politécnico y CES.
	Estilo de comunicación con sus amigos (agresivo, pasivo o asertivo)	Siempre asertivo, en ocasiones maneja un papel activo y otras veces un papel pasivo, todo depende del tema de conversación.
	Estilo para relacionarse con sus amigos (verbal, Gestual, cercano, frío o cálido)	Verbal más que gestual, no es muy expresiva pero el estilo que maneja es cálido y cercano.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	Otras observaciones generales sobre el entorno social	No tiene ningún problema de expresión, se siente cómoda cuando habla con sus amigos, eso lo refleja todo el tiempo.

### Entorno Redes Sociales

La mayor parte de la observación en este entorno se hará a través de Facebook, dónde las personas observadas se agregarán como amigos y se hará un seguimiento de las actividades que realicen a través de este medio.

Entrevista a profundidad:

1. ¿Hace parte de alguna otra red social? Twitter pero nunca se mete.
2. ¿Tiene amigos por internet? Si, en otras partes del mundo
3. ¿Cada cuánto tiene contacto con ellos? Dependiendo del medio, con los que tienen BlackBerry 2 o 3 veces por semana, con los otros amigos 2 veces al año.
4. ¿Sigue la página de la Universidad en Facebook? si
5. ¿Ha obtenido información importante para usted de la Universidad a través de este medio? Si, información acerca de charlas, congresos y noticias generales de la EIA
6. ¿Para qué usa internet? Para investigar principalmente cosas de la Universidad o del trabajo, para Facebook, revisar el correo, escuchar música, ver series.
7. ¿Cuál es la página que más visita en internet? Facebook.
8. ¿Cada cuánto entra a la página de la Escuela? Una vez por semana a revisar eiadigital.
9. ¿Influyen los medios virtuales en la programación de sus actividades diarias? para cosas del trabajo todo el tiempo, a través del calendario de Google Docs preparan todo y algunos eventos a los que la invitan a través de Facebook.

Qué se espera observar:

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
Redes sociales	¿Tiene computador?, ¿Cuánto tiempo dedica a estar en él?	Si, en la casa siempre porque en el día se encuentra trabajando
	¿Qué hace en el computador?	Trabajos, consultas y siempre está en Facebook.
	¿Tiene consolas de videojuegos?	No, no le interesan los videojuegos.
	¿Cómo es la participación en Facebook?, ¿genera	Genera contenido, constantemente escribe frases para compartir con sus amigos, pensamientos, comenta en

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	contenido o solo se dedica a opinar?	fotos o le escribe a sus amigos en el muro.
	¿Publica videos en Facebook?	No
	¿Crea álbumes de fotos?	Si, de viajes, cumpleaños, lo hace constantemente.
	Cuantos amigos tiene en Facebook	313
	Como clasifica sus amigos en Facebook	No tiene ningún tipo de clasificación, resalta a su hermana, la clasificación de los amigos la hace Facebook según el colegio o universidad al que pertenezcan.
	A que grupos pertenece en Facebook	59, personajes públicos, formas de pensar, protestas, marcas, productos.
	¿Sigue la página de la Escuela en las Redes sociales?	Si, aunque no la visita nunca, sólo le salen algunas cosas en su página de inicio.
	¿Busca en páginas de internet de periódicos información?	Muy de vez en cuando, siempre que lo hace es en el colombiano.
	¿Chatea en el computador?, ¿Qué programa utiliza?	No mucho, pero cuando lo hace es en la casa a través de Facebook y Messenger.
	¿Tiene en el computador la página de la Escuela como favorito?	No.
	¿Qué celular tiene?	BlackBerry
	Qué plan de minutos y de datos tiene	Para los minutos tiene plan pospago y el plan de datos tiene correos y redes sociales, lo que le permite recibir actualizaciones de Facebook todo el tiempo.
	¿Qué aplicaciones utiliza en Facebook? (juegos, encuestas, eventos, notas, etc.)	Juegos y eventos, aunque ahora no le queda mucho tiempo para jugar.
	En promedio cuanto tiempo está en Facebook durante el tiempo de observación	No estuvo directamente en Facebook pero recibió notificaciones a través de su celular

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	Otras observaciones generales sobre el entorno virtual	Cambia constantemente su foto de perfil, comparte información como correo, gustos musicales, películas, series de TV e información del colegio y la universidad a la que pertenece.

Estudiante 2

Edad: 23

Nivel: 10

Carrera: Industrial

### Preguntas generales

1. ¿A qué sitios le gusta salir? Cine, casi todos los domingos, ir al parque Lleras, restaurantes: la bistronomia, el corral, déjate querer.
2. ¿Con quién le gusta salir? Con el novio, y las amigas
3. ¿Qué le gusta hacer en estos sitios? Despejarse, hacer cosas diferentes
4. ¿Le gusta ir a restaurantes? ¿Qué le gusta comer? Si, le gusta mucho salir a comer mexicano
5. ¿Qué música le gusta escuchar? Pop- Radio Tiempo
6. ¿Qué hobbies tiene? Origami, fotografía, rompecabezas
7. ¿Practica algún deporte? ¿Cuál? ¿Dónde lo practica? No, no es muy activa

### Entorno familiar:

Entrevista en profundidad:

1. ¿Cómo está constituida su familia? ¿Con quienes de ellos vive? Papá, mamá y un hermano, viven los 4
2. ¿Cómo es la comunicación con su familia? No es muy buena, más bien es poca, hablan únicamente lo necesario
3. ¿Cuánto tiempo del día dedica para comunicarse con ellos? 1-2 horas en el día
4. ¿Cuándo se encuentra fuera de la casa se comunica con sus familiares? Sí, siempre con la mamá, se llaman entre las dos, con el papá y el hermano se hablan si necesitan algo del otro.
5. ¿De qué temas acostumbra hablar con su familia? Con la mamá habla de temas del día, historias, del novio, de la familia, Con el papá y el hermano sólo se cuentan lo básico del día
6. ¿Qué actividades realiza con su familia? Van dónde la abuela cada 8 días, va con gusto, no porque la obligan.
7. ¿Qué medios utiliza para comunicarse con ellos? Siempre por celular

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA



8. ¿Qué temas referentes a la universidad comparte con sus papás? Siempre con la mamá trata temas como parciales, del trabajo de grado, conferencias a la que asistió.

Qué se esperar observar:

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
Familiar	Tiempo que invierte en comunicarse con sus padres	Muy poco, se limita a saludarlos y preguntarles como les fue.
	Trata con sus padres temas referentes a la universidad	Si, de hecho es el único tema del que hablan como familia, con la mamá si comparte temas más específicos.
	Actividades académicas que comparte con su familia	Le gusta contarle cómo le va en los exámenes y mostrarles sus notas.
	Qué otras actividades hace mientras habla con sus padres	Estar en el computador, mirar el celular, ver televisión.
	Pasa tiempo con sus padres dentro o fuera del hogar, que tipo de actividades realizan juntos	Dedica media hora a ver tv con ellos por la noche, como comparten el televisor es el único momento que dedican a hablar.
	Como es la comunicación con sus hermanos ¿De qué temas hablan?	Muy básica, a veces le pregunta cosas para su empresa, pero nunca se cuentan cosas de la vida privada, o historias sentimentales.
	Qué otras actividades realiza en la casa	Siempre está en su cuarto en internet, tomando fotos, pasa tiempo con su gato.
	Forma de comunicarse	Poco abierta, no muestran mucha confianza entre ellos.
	Estilo para relacionarse (verbal, Gestual, cercano, frio o cálido)	Verbal, más frio que cálido pero no deja de ser respetuoso.
	¿Qué otros temas de conversación tiene con su familia?	Hablan de inversiones, de temas económicos, nunca se cuentan sus historias personales.
	Estilo de vida familiar (ordenados,	Ordenados, poco sociables, se limitan a saludar a sus amigos pero no van más allá,

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	sociables, horarios establecidos)	no se interesan en conocer a las personas que ella lleva a la casa.
	Medios de comunicación que utilizan los miembros de la familia para informarse.	Revistas, periódicos, televisión, les interesa estar actualizados.
	Promedio del tiempo que habla con la familia durante el tiempo de observación.	Sólo el saludo y preguntas básicas, quince minutos aproximadamente
	Otras observaciones generales de la interacción con la familia.	Son muy independientes, cada uno está en lo suyo, son más unidas las dos mujeres, pero los hombres son apartados y no van más allá del saludo y no preguntan más que cómo les fue en el día.

### Entorno académico

Entrevista en profundidad:

1. ¿Con qué frecuencia sube a la Universidad? 4 veces por semana
2. ¿Cuántas horas al día pasa en la Universidad? Pasa seis horas máximo
3. ¿Qué medio de transporte utiliza para desplazarse a la Universidad? Siempre tiene carro y algunas veces transporta gente
4. ¿Qué hace durante su tiempo libre en la Universidad? Comer, hablar con sus compañeros y adelantar estudio
5. ¿En qué tipo de actividades extracurriculares propuestas por la Universidad participa? Origami y en algunas conferencias
6. ¿Qué temas académicos le interesan? El que más le interesa tiene que ver con su carrera y es gestión de la producción
7. ¿Cómo se comunica con sus compañeros para un trabajo en equipo? Por correo o teléfono
8. ¿Cómo se comunica con sus profesores cuando tiene alguna duda respecto a un trabajo o a un examen? Siempre por correo, no le gusta llamarlos
9. ¿Utiliza las instalaciones de la Universidad para estudiar? Si, le gusta adelantar trabajos que tenga.
10. ¿Qué opina de las siguientes afirmaciones?
  - a. “no asisto a las conferencias que ofrece la universidad por qué no recibo información de estas” De acuerdo

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

- b. "Creo que la estrategia de enviar la información por medio de correo electrónico es la ideal para informarnos de lo que está pasando en la universidad" No sabe, piensa que es difícil llegarle a todo el mundo
- c. "Las carteleras se encuentran en zonas visibles y son de fácil acceso para los estudiantes" No está de acuerdo
- d. "es que la universidad no se sabe comunicar con los estudiantes" No está de acuerdo, piensa que si se sabe comunicar con ellos.

Qué se esperar observar:

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
Académico	Transporte (Actitud frente a medios disponibles, ¿está satisfecho?)	Carro, no lo comparte con nadie pero no tiene problema en transportar a alguien si lo necesita. Siempre tiene el carro entonces no necesita considerar el bus como una opción.
	Puntualidad	Es muy puntual, llega antes del profesor y lo espera con el material listo para empezar.
	Nivel de compromiso con la clase y con el estudio	Alto, se preocupa por entender un tema, toma nota y resuelve las dudas que sus compañeros tienen.
	Participación en clase	Durante el tiempo de observación no tuvo ninguna participación, ni comentarios ni preguntas.
	Responsabilidad con los horarios	Alta, asiste a las clases y organiza sus horas de estudio de acuerdo a este, falta por una causa de fuerza mayor.
	Tiempo que dedica a estudiar en la Universidad	Dos horas máximo, durante ese tiempo resuelve dudas o simplemente adelanta entre huecos
	¿Tiene grupo de estudio? ¿Cuántos son?	No, estudia sola, no le gusta estudiar con gente.
	Nivel de atención en la clase	Alto, se dedica a tomar nota y no se distrae con otras cosas, no saca el celular ni el computador.
	Cómo recoge información de la universidad, a través de qué medios	Va dónde el director de carrera o la secretaria, se muestra muy interesada por saber lo que pasa en la universidad, no se limita a la información que le llega por correo.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	Tipo de relación con los profesores	Muy básica, no pasa del saludo y muchas veces ni lo hacen, sólo se hablan para notas o reclamos.
	Forma de comunicarse con sus compañeros y profesores	Es introvertida, maneja un papel más pasivo dentro de las conversaciones con ellos.
	Estilo para relacionarse con los compañeros y profesores (verbal, Gestual, cercano, frío o cálido)	Más verbal que gestual, cercano y cálido tirando a frío, es introvertida y lo refleja.
	¿Cuánto tiempo estuvo en la universidad?	Tres horas, para una clase y una hora estuvo en la cafetería.
	¿Qué actividades realiza en sus espacios fuera de clase?	Está en un curso de Origami en la Universidad, adelanta algunos trabajos, pasa más tiempo sola que acompañada
	Promedio del tiempo que habla con sus compañeros de clase y profesores durante el tiempo de observación	En clase fue poco el tiempo, estuvo muy atenta, casi no hablo con el profesor, durante el tiempo que estuvo en la cafetería lo hizo todo el tiempo
	¿Qué espacios de la universidad utiliza? ¿Con quiénes?	Cafetería, biblioteca, salones, salas de estudio, sola o con los amigos de la carrera.
	Otras observaciones generales sobre el entorno académico	Es una persona que disfruta de estar sola, pero tiene amigos en la universidad, no tiene ningún problema para relacionarse con ellos, disfruta de ambos espacios

### Entorno social:

Entrevista a profundidad:

1. ¿Tiene amigos en la Universidad? No, tiene compañeros en el salón
2. ¿De qué otros círculos sociales hace parte? Colegio y los amigos de la unidad
3. ¿Qué hace los fines de semana por la noche? Le gusta ir al cine, a comer y rumbeo

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

4. ¿Cómo se comunica con sus amigos? Por celular y por el chat de Facebook
5. ¿Qué edad tienen sus amigos? Entre 23 y 25
6. ¿Tiene amigos en otras partes del mundo (conocido o solo por internet)? Si, son conocidos
7. ¿Cómo se comunica con sus amigos de otras partes del mundo? Por Facebook, usan el chat o se escriben mensajes
8. ¿Cuántas veces a la semana se ve con sus amigos? Una vez por semana
9. ¿Qué actividades le gusta realizar con sus amigos? Ir a Llanogrande, hacer picnics
10. ¿Existe alguna relación entre sus padres y los padres de sus amigos? Se conocen, se saludan, pero no son muy amigos.

Qué se esperar observar:

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
Social	Estilo de amigos	Muy parecidos a ella en la forma de vestir, de hablar.
	Habla con sus amigos de temas académicos	Si, comenta temas como parciales o historias particulares de alguna clase
	Cómo es la conversación con sus amigos	Fluida. Maneja un rol activo durante la conversación, respeta sus opiniones y expone libremente las de ella.
	Comparte dentro de la Universidad con los amigos que pertenecen a la misma	Si pero no todo el tiempo y comparte con ellos tanto en las clases como en los huecos, aunque le gusta hacer algunas actividades sola.
	Como es el círculo social que maneja dentro de la Universidad	Amplio, compuesto por hombres y mujeres que comparten la misma carrera y nivel. Son los mismos compañeros desde primer semestre
	Dedica espacios a estar solo	En la casa le gusta pasar tiempo sola, en la universidad cuando estudia
	Comparte sus gustos y preferencias con sus amigos	Si, expone sus gustos y respeta los de sus amigos
	En qué tipo de círculos sociales se desenvuelve (de la universidad, del colegio, otras universidades, etc.)	Universidad: es amplio, son los compañeros desde primer semestre, de otras universidades: son los amigos del novio, amigas del colegio, conocidos en circunstancias de la vida

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	Qué medios utiliza para comunicarse con sus amigos (celular, correo, etc.)	Celular principalmente, pero cuando está en Facebook siempre se comunica con ellos por ahí
	Marcas de implementos tecnológicos, tiene plan de minutos, de datos, cuales quisieran tener	Tienen un celular marca BLU por la comodidad de tener dos SIM de operadores diferentes, tiene plan pospago de minutos, la marca del portátil es Hewlett Packard y le disfruta mucho de su iPod touch
	Promedio del tiempo que pasa o habla con su amigos durante el tiempo de observación	Aunque todo el tiempo mantienen una conversación ella no es activa todo el tiempo, en promedio habla una hora.
	Qué tipo de actividades realiza con ellos	Ir a conversar en algún centro comercial, pasar tiempo con ellos en alguna casa.
	Qué medios de transporte usan para desplazarse a sus actividades	Casi siempre carro pero eso depende mucho del tipo de salida, si van a tomar prefieren salir en taxi, ella no puede salir en el carro por la noche.
	Con qué frecuencia se comunica con sus amigos	Dos o tres veces por semana, aunque siempre que está conectada en Facebook si ellos están aprovecha y habla con ellos.
	A qué otras universidades pertenecen su amigos	UPB, EAFIT, La Salle, CES
	Estilo de comunicación con sus amigos (agresivo, pasivo o asertivo)	Maneja tanto un papel activo como pasivo, siempre asertivo, no muy influenciador
	Estilo para relacionarse con sus amigos (verbal, Gestual, cercano, frio o cálido)	Verbal, nada gestual y un poco frio, refleja un poco de timidez.
	Otras observaciones generales sobre el entorno social	

### Entorno Redes Sociales

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

La mayor parte de la observación en este entorno se hará a través de Facebook, dónde las personas observadas se agregarán como amigos y se hará un seguimiento de las actividades que realicen a través de este medio.

Entrevista a profundidad:

1. ¿Hace parte de alguna otra red social? Twitter pero solo lo tiene para seguir las cuentas de canales de noticias, maneja un papel pasivo.
2. ¿Tiene amigos por internet? Si, en otras partes del mundo, son conocidos.
3. ¿Cada cuánto tiene contacto con ellos? Una vez al mes.
4. ¿Sigue la página de la Universidad en Facebook? si
5. ¿Ha obtenido información importante para usted de la Universidad a través de este medio? Si, información de conferencias o noticias de actualidad de la universidad, también se ha enterado a través de Twitter.
6. ¿Para qué usa internet? Para estar en Facebook o para hacer trabajos de la Universidad.
7. ¿Cuál es la página que más visita en internet? Facebook y Gmail, es lo que siempre tiene abierto
8. ¿Cada cuánto entra a la página de la Escuela? Una vez por semana, siempre para meterse a EIA digital.
9. ¿Influyen los medios virtuales en la programación de sus actividades diarias? no, no le interesa hacerlo.

Qué se espera observar:

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
Redes sociales	¿Tiene computador?, ¿Cuánto tiempo dedica a estar en él?	Sí, todo el tiempo en la casa está de él, en la universidad es mas poco el uso, inclusive no lo lleva normalmente
	¿Qué hace en el computador?	Revisar Facebook, revisar el correo, consultar
	¿Tiene consolas de videojuegos?	No, no le interesan los videojuegos
	¿Cómo es la participación en Facebook?, ¿genera contenido o solo se dedica a opinar?	Es activa, comparte links, notas, sube fotos, comenta fotos, responde lo que le escriben en el muro...
	¿Publica videos en Facebook?	Si pero no muy seguido, todos los videos son de música
	¿Crea álbumes de fotos?	Si, de sus hobbies como el Origami y sus animales
	Cuantos amigos tiene en Facebook	238

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	Como clasifica sus amigos en Facebook	No los clasifica, sólo reúne en un grupo s familiares como primos
	A que grupos pertenece en Facebook	22 grupos, principalmente de marcas, empresas, restaurantes, bandas de música
	¿Sigue la página de la Escuela en las Redes sociales?	Si
	¿Busca en páginas de internet de periódicos información?	Si, le gusta estar leyendo El Tiempo y El Colombiano
	¿Chatea en el computador?, ¿Qué programa utiliza?	Si, le gusta mucho y siempre lo hace por Messenger y por Facebook
	¿Tiene en el computador la página de la Escuela como favorito?	No, no le interesa, no lo considera un favorito
	¿Qué celular tiene?	BLU
	Qué plan de minutos y de datos tiene	Para los minutos tiene plan pospago, el celular no permite tener plan de datos
	¿Qué aplicaciones utiliza en Facebook? (juegos, encuestas, eventos, notas, etc.)	Notas, no le gusta jugar
	En promedio cuanto tiempo está en Facebook durante el tiempo de observación	En la casa todo el tiempo, en clase no lo hace ni por el celular ni por el computador
	Otras observaciones generales sobre el entorno virtual	Comparte información básica como su correo, gustos e intereses además del estado de su relación

Estudiante 3

Edad: 19 Años

Nivel: 3

Carrera: Administrativa

### Preguntas generales

1. ¿A qué sitios le gusta salir? Le gusta salir al Tesoro, la Strada, a cine (Cinemark)
2. ¿Con quién le gusta salir? Con sus amigos (as) y familia

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA



3. ¿Qué le gusta hacer en estos sitios? Le gusta compartir con ellos, salir de la rutina
4. ¿Le gusta ir a restaurantes? ¿Qué le gusta comer? Si, le gusta ir a restaurantes; le gusta comer carne y pastas.
5. ¿Qué música le gusta escuchar? Reggaetón, Clásica e Instrumental.
6. ¿Qué hobbies tiene? Su hobby es tocar piano.
7. ¿Practica algún deporte? ¿Cuál? ¿Dónde lo practica? Si, practica Ski, Kiteboard, Wakeboard; como son acuáticos, los practica en el Peñol, en vacaciones.

### Entorno familiar:

Entrevista en profundidad:

1. ¿Cómo está constituida su familia? ¿Con quienes de ellos vive? Papá, mamá, hermana y él. Todos viven juntos.
2. ¿Cómo es la comunicación con su familia? Muy buena con papá, mamá y hermana.
3. ¿Cuánto tiempo del día dedica para comunicarse con ellos? En general 5 horas (3 con la mamá, 1 con el papá y 1 con la hermana)
4. ¿Cuándo se encuentra fuera de la casa se comunica con sus familiares? Si, se llaman. “Me interesa saber cómo y dónde están”
5. ¿De qué temas acostumbra hablar con su familia? Sobre historias de la vida o problemas.
6. ¿Qué actividades realiza con su familia? Ir a la finca, salir a comer o pasear.
7. ¿Qué medios utiliza para comunicarse con ellos? El celular y con el papá el correo.
8. ¿Qué temas referentes a la universidad comparte con sus papás? Exámenes, reconocimientos. Le gusta compartirlos con ellos y hacerlos sentir orgullosos.

Qué se esperar observar:

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
Familiar	Tiempo que invierte en comunicarse con sus padres	Poco, prefiere estar en su cuarto, tocar piano, estar solo, pero también saca tiempo para estar con ellos.
	Trata con sus padres temas referentes a la universidad	Habla más de él, dentro de la Universidad, pero no de la Universidad como tal. Les cuenta sus experiencias pero no informa de los que está pasando en la Escuela
	Actividades académicas que comparte con su familia	Le encanta compartir sus logros y reconocimientos.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	Qué otras actividades hace mientras habla con sus padres	Comer, por el mismo espacio y momento que sacan para conversar y hablar de su vida.
	Pasa tiempo con sus padres dentro o fuera del hogar, que tipo de actividades realizan juntos	Dentro del hogar es más independiente. Le gusta estar con ellos y disfruta de las actividades que hacen como familia como ir a la finca, o pasear en vacaciones.
	Como es la comunicación con sus hermanos ¿De qué temas hablan?	Buena, hablan de la vida, los problemas; tienen mucha confianza probablemente porque es poca la diferencia de edades y al mismo tiempo es sorpresa dada la diferencia de género.
	Qué otras actividades realiza en la casa	Ninguna. Disfruta más actividades fuera de la casa porque prefiere los deportes acuáticos y cada vez que puede lo hace.
	Forma de comunicarse	Es muy respetuoso, la forma de comunicarse con sus papás es más formal que la que usa con su hermana.
	Estilo para relacionarse (verbal, Gestual, cercano, frío o cálido)	Verbal y un poco gestual. Con su mamá y hermana es muy cálido y cercano.
	¿Qué otros temas de conversación tiene con su familia?	De lo que más hablan es de historias de la vida y experiencias que hayan tenido durante el día respecto a todo, trabajo, estudio, entre otros.
	Estilo de vida familiar (ordenados, sociables, horarios establecidos)	Dentro de su orden los Miércoles y viernes almuerzan donde la abuela. Son sociables, se interesan por lo que pasa en la casa y reciben las personas que llegan.
	Medios de comunicación que utilizan los miembros de la familia para informarse.	TV., periódicos. Frente a la información de la EIA se muestran pasivos y se quedan con la información que él les da.
	Promedio del tiempo que habla con la familia durante el tiempo de observación.	Estuvo dividido en partes iguales el tiempo entre estar en su cuarto y conversar con ellos.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	Otras observaciones generales de la interacción con la familia.	Se percibe una familia unida, preocupada por sus familiares pero respetan el espacio que cada uno tiene y dejan que los hijos lo hagan libremente.

### Entorno académico

Entrevista en profundidad:

1. ¿Con qué frecuencia sube a la Universidad? Todos los días
2. ¿Cuántas horas al día pasa en la Universidad? 6 horas
3. ¿Qué medio de transporte utiliza para desplazarse a la Universidad? Carro/ con amigos.
4. ¿Qué hace durante su tiempo libre en la Universidad? Estudiar para quices, jugar ping-pong, almorzar.
5. ¿En qué tipo de actividades extracurriculares propuestas por la Universidad participa? Ninguna
6. ¿Qué temas académicos le interesan? Economía y finanzas.
7. ¿Cómo se comunica con sus compañeros para un trabajo en equipo? Teléfono; se reúnen después.
8. ¿Cómo se comunica con sus profesores cuando tiene alguna duda respecto a un trabajo o a un examen? Personalmente, en asesorías.
9. ¿Utiliza las instalaciones de la Universidad para estudiar? No, porque le toca.
10. ¿Qué opina de las siguientes afirmaciones?
  - a. “no asisto a las conferencias que ofrece la universidad porque no recibo información de éstas”. No está de acuerdo.
  - b. “Creo que la estrategia de enviar la información por medio de correo electrónico es la ideal para informarnos de lo que está pasando en la universidad”. No está de acuerdo. Podría ser de otra forma, con más carteleras en la entrada.
  - c. “Las carteleras se encuentran en zonas visibles y son de fácil acceso para los estudiantes”. No está de acuerdo.
  - d. “Es que la universidad no se sabe comunicar con los estudiantes”. De acuerdo.

Qué se esperar observar:

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
Académico	Transporte (Actitud frente a medios disponibles, ¿está satisfecho?)	Carro, está totalmente satisfecho, el carro es suyo y haría hasta lo imposible por no tener que subir en otro medio como el bus por ejemplo.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	Puntualidad	Es puntual, llega antes que el profesor y lo espera con todo el material de estudio.
	Nivel de compromiso con la clase y con el estudio	Alto, respetó la exposición que estaban haciendo sus compañeros, tomó nota de ellos y no buscó ningún tipo de distracción.
	Participación en clase	Baja, no realizó ninguna pregunta o comentario.
	Responsabilidad con los horarios	Asiste regularmente a las clases, es responsable con su horario y lo cumple.
	Tiempo que dedica a estudiar en la Universidad	Poco, no le gusta estudiar con gente, de pronto repasa antes de algún examen pero nunca se queda o aprovecha el tiempo estudiando.
	¿Tiene grupo de estudio? ¿Cuántos son?	No, siempre estudia solo, no se muestra cómodo con el tema de estudiar acompañado.
	Nivel de atención en la clase	Alto, se preocupa por entender el tema expuesto y no busca distractores.
	Cómo recoge información de la universidad, a través de qué medios	No le interesa recoger información de la Universidad que no sea académica, como horarios de parciales por ejemplo.
	Tipo de relación con los profesores	Lejana, sólo se dedica a hablar temas académicos, pero es respetuoso, no habla mientras él o ella hablan.
	Forma de comunicarse con sus compañeros y profesores	Es una persona tímida, que no habla con muchos compañeros dentro del salón; se limita a hablarle a sus amigos del colegio y una que otra compañera.
	Estilo para relacionarse con los compañeros y profesores (verbal, Gestual, cercano, frío o cálido)	Con sus compañeros es Cálido y respetuoso, escucha sus opiniones y les da su opinión; además es cercano. Con su profesor el estilo es una combinación entre cercano y frío y es totalmente verbal.
	¿Cuánto tiempo estuvo en la universidad?	Estuvo 4 horas.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	¿Qué actividades realiza en sus espacios fuera de clase?	En los huecos se va para la casa casi siempre, pero otras veces dado su horario, aprovecha y almuerza.
	Promedio del tiempo que habla con sus compañeros de clase y profesores durante el tiempo de observación	Con el profesor manejó una conversación básica como el saludo, pero no se interesó en sentarse a conversarle. Con sus compañeros no habló durante el tiempo de clase.
	¿Qué espacios de la universidad utiliza? ¿Con quiénes?	Cafetería y salones, siempre con los amigos.
	Otras observaciones generales sobre el entorno académico	Es una persona muy inteligente pero su timidez no le permite sobresalir y darse a conocer entre sus compañeros.

### Entorno social:

Entrevista a profundidad:

1. ¿Tiene amigos en la Universidad? Si, de Administrativa; del Colegio.
2. ¿De qué otros círculos sociales hace parte? Colegio y deportes.
3. ¿Qué hace los fines de semana por la noche? Salir a rumbar, tomar y conversar y el cine por la tarde.
4. ¿Cómo se comunica con sus amigos? BlackBerry
5. ¿Qué edad tienen sus amigos? 18 - 20
6. ¿Tiene amigos en otras partes del mundo (conocido o solo por internet)? Si, conocidos en Francia y México.
7. ¿Cómo se comunica con sus amigos de otras partes del mundo? Correo, el chat (Facebook)
8. ¿Cuántas veces a la semana se ve con sus amigos? Fines de semana, 3 veces por fuera.
9. ¿Qué actividades le gusta realizar con sus amigos? Jugar Squash, ir al Peñol, salir.
10. ¿Existe alguna relación entre sus padres y los padres de sus amigos? Se conocen porque vienen desde el colegio.

Qué se esperar observar:

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
Social	Estilo de amigos	Muy parecidos a él, comparten los mismos gustos por el deporte. Muestran ser de un nivel socio-económico alto como él.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	Habla con sus amigos de temas académicos	Si, se presta mucho para hablar del tema porque su círculo social siempre ha sido el mismo y todos comparten la misma Universidad.
	Cómo es la conversación con sus amigos	Fluida, temas muy comunes entre ellos: fincas, deportes, del Club, entre otros.
	Comparte dentro de la Universidad con los amigos que pertenecen a la misma	Si, entre clases aprovecha los espacios para estar con ellos y hablar.
	Cómo es el círculo social que maneja dentro de la Universidad	Compuesto la mayoría por hombres, todos amigos desde el colegio y estudian la misma carrera que él.
	Dedica espacios a estar solo	Le gusta y cree que es necesario dedicar algunos espacios cuando está en la casa o cuando va al gimnasio.
	Comparte sus gustos y preferencias con sus amigos	El hecho de llevar tantos años e amigos hace que compartan muchos gustos, pero si en algo no coinciden tienen la suficiente confianza para decírselo al otro.
	En qué tipo de círculos sociales se desenvuelve (de la universidad, del colegio, otras universidades, etc)	Universidad (EIA), con los mismos del colegio. Los de otras Universidades son los del colegio que no entraron a la EIA sino a otras Universidades.
	Qué medios utiliza para comunicarse con sus amigos (celular, correo, etc)	Todos tienen BlackBerry y siempre utilizan este medio, más que llamarse.
	Marcas de implementos tecnológicos, tiene plan de minutos, de datos, cuales quisieran tener	Celular: BlackBerry Portátil: Dell. No es una persona gomosa por la tecnología.
	Promedio del tiempo que pasa o habla con su amigos durante el tiempo de observación	Todo el tiempo mantuvo una conversación fluida.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	Qué tipo de actividades realiza con ellos	Salir a comer, tomar, practican deportes, van a fincas.
	Qué medios de transporte usan para desplazarse a sus actividades	Siempre carro, no tiene como opción otro medio.
	Con qué frecuencia se comunica con sus amigos	Todo el tiempo está en contacto con ellos puesto que se ven todos los días en la Universidad.
	A qué otras universidades pertenecen su amigos	EAFIT, UPB.
	Estilo de comunicación con sus amigos (agresivo, pasivo o asertivo)	Asertivo, tendiendo más a pasivo, aunque con sus amigos es en el medio que menos timidez muestra.
	Estilo para relacionarse con sus amigos (verbal, Gestual, cercano, frío o cálido)	Verbal, un poco gestual. Cercano pero algo frío.
	Otras observaciones generales sobre el entorno social	Es una persona que toda la vida ha hecho parte del mismo círculo social. No le interesa abrirse a conocer gente nueva, más allá del saludo.

### Entorno Redes Sociales

La mayor parte de la observación en este entorno se hará a través de Facebook, donde las personas observadas se agregarán como amigos y se hará un seguimiento de las actividades que realicen a través de este medio.

Entrevista a profundidad:

10. ¿Hace parte de alguna otra red social? No.
11. ¿Tiene amigos por internet? Si.
12. ¿Cada cuánto tiene contacto con ellos? Cada 15 días.
13. ¿Sigue la página de la Universidad en Facebook? Si.
14. ¿Ha obtenido información importante para usted de la Universidad a través de este medio? No.
15. ¿Para qué usa internet? Para Tareas y acceder a Facebook.
16. ¿Cuál es la página que más visita en internet? Facebook.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

17. ¿Cada cuánto entra a la página de la Escuela? Cada 2 días.  
 18. ¿Influyen los medios virtuales en la programación de sus actividades diarias? No.

Qué se espera observar:

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
Redes sociales	¿Tiene computador?, ¿Cuánto tiempo dedica a estar en él?	Si, cuando está en la casa pasa un rato en él, pero hace otras cosas también.
	¿Qué hace en el computador?	Trabajos y Facebook.
	¿Tiene consolas de videojuegos?	
	¿Cómo es la participación en Facebook?, ¿genera contenido o solo se dedica a opinar?	No genera contenido, se dedica a comentar en lo que el escriben o a escribirle a algunos amigos y comentar las fotos.
	¿Publica videos en Facebook?	No.
	¿Crea álbumes de fotos?	Si, pero no muy seguido, sólo tiene 1 y es de los deportes que practica.
	Cuántos amigos tiene en Facebook	248
	Cómo clasifica sus amigos en Facebook	No los clasifica, sólo reconoce a su hermana y a su prima como familia.
	A qué grupos pertenece en Facebook	No hace parte de ningún grupo.
	¿Sigue la página de la Escuela en las Redes sociales?	Si, pero lo hace por poner que es de la EIA; realmente no le interesa obtener información a través del medio.
	¿Busca en páginas de internet de periódicos información?	No, se actualiza por medio de lo que le cuenten, no busca él las noticias.
	¿Chatea en el computador?, ¿Qué programa utiliza?	Si, Facebook, MSN.
	¿Tiene en el computador la página de la Escuela como favorito?	Link rápido.
¿Qué celular tiene?	BlackBerry.	

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA



Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	Qué plan de minutos y de datos tiene	Tiene un plan full para el BlackBerry y pos-pago para minutos.
	¿Qué aplicaciones utiliza en Facebook? (juegos, encuestas, eventos, notas, etc)	No utiliza ninguna aplicación en Facebook.
	En promedio cuánto tiempo está en Facebook durante el tiempo de observación	10 – 15 minutos, no es muy activo ni necesita estar revisándolo todo el tiempo, así tenga la posibilidad de hacerlo por el celular.
	Otras observaciones generales sobre el entorno virtual	No comparte mucha información, sólo el correo, el colegio y la Universidad, no muestra nada que tenga que ver con sus gustos.

Estudiante 4

Edad: 19 Años.

Nivel: 4

Carrera: Ambiental.

### Preguntas generales

1. ¿A qué sitios le gusta salir? A jugar fútbol a Señor Gol, tenis en la Universidad o al Country. Al Lleras a bares.
2. ¿Con quién le gusta salir? Amigos de la Universidad o del colegio.
3. ¿Qué le gusta hacer en estos sitios? Pasar el tiempo con los amigos, divertirse, relajarse.
4. ¿Le gusta ir a restaurantes? ¿Qué le gusta comer? Si. Sushi, pastas (il forno)
5. ¿Qué música le gusta escuchar? De todo, rancheras, baladas, reggaetón, salsa, merengue, rap, suave.
6. ¿Qué hobbies tiene? Ver TV., leer.
7. ¿Practica algún deporte? ¿Cuál? ¿Dónde lo practica? Si, Tenis, fútbol, ping-pong. En la Universidad, Kung fu.

### Entorno familiar:

Entrevista en profundidad:

1. ¿Cómo está constituida su familia? ¿Con quienes de ellos vive? Papá, mamá, niño pequeño. Viven juntos.
2. ¿Cómo es la comunicación con su familia? Es muy buena, tiene más confianza con el papá.
3. ¿Cuánto tiempo del día dedica para comunicarse con ellos? 1 hora.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

4. ¿Cuándo se encuentra fuera de la casa se comunica con sus familiares? Si, se llaman. El los llama si necesita algo o ellos lo llaman porque quieran saber cómo está.
5. ¿De qué temas acostumbra hablar con su familia? De la Universidad o de negocios.
6. ¿Qué actividades realiza con su familia? Visitar a la familia, deportes, Centros comerciales.
7. ¿Qué medios utiliza para comunicarse con ellos? Celular, teléfono.
8. ¿Qué temas referentes a la universidad comparte con sus papás? Exámenes, profesores.

Qué se esperar observar:

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
Familiar	Tiempo que invierte en comunicarse con sus padres	Poco, casi no pasa tiempo en la casa y cuando lo hace está en su cuarto viendo TV.
	Trata con sus padres temas referentes a la universidad	Si, pero no los involucra mucho, les cuenta de sus exámenes o anécdotas del día.
	Actividades académicas que comparte con su familia	Ninguna, como él no se involucra en posibles actividades que propone la Universidad, tampoco lo hace con sus padres.
	Qué otras actividades hace mientras habla con sus padres	Cuando se sienta a hablar de temas "serios" como negocios, respeta mucho y no hace nada, pero cuando se cuentan historias lo hacen mientras comen.
	Pasa tiempo con sus padres dentro o fuera del hogar, que tipo de actividades realizan juntos	Dentro del hogar cada uno hace sus cosas pero si aprovechan y comparten en familia, salen a comer o a hacer deporte juntos. El disfruta de ello.
	Cómo es la comunicación con sus hermanos ¿De qué temas hablan?	Buena, pelean algunas veces por la diferencia de edades pero a pesar de eso buscan temas en común como deportes o juegos.
	Qué otras actividades realiza en la casa	Estar en su cuarto casi siempre, aunque es muy poco el tiempo que pasa en casa.
	Forma de comunicarse	Muy abierta, manejan una relación de confianza, se cuentan las historias del día.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	Estilo para relacionarse (verbal, Gestual, cercano, frío o cálido)	Verbal y gestual, muy cercano y cálido, entre todos los miembros de la familia.
	¿Qué otros temas de conversación tiene con su familia?	En este momento hablan mucho del nuevo negocio en el que está él (Amway). La familia lo apoya y se interesa por saber cómo le está yendo.
	Estilo de vida familiar (ordenados, sociables, horarios establecidos)	Son ordenados, muy sociables. Tienen algunas actividades establecidas pero no horarios, cada uno come cuando quiere o puede.
	Medios de comunicación que utilizan los miembros de la familia para informarse.	TV. Es la principal herramienta; se muestran interesados por saber de ciertos temas más que de otros.
	Promedio del tiempo que habla con la familia durante el tiempo de observación.	Poco. 15 – 20 minutos, pues fue poco el tiempo que estuvo en la casa.
	Otras observaciones generales de la interacción con la familia.	Se preocupan mucho por los otros miembros; son unidos, pero no son absorbentes sino que dejan que él cree su vida. Con el hermanito que si es un poco menor (8 años), si son más pendientes por la edad.

### Entorno académico

Entrevista en profundidad:

1. ¿Con qué frecuencia sube a la Universidad? Diario.
2. ¿Cuántas horas al día pasa en la Universidad? 6 horas máximo.
3. ¿Qué medio de transporte utiliza para desplazarse a la Universidad? Carro, con amigos.
4. ¿Qué hace durante su tiempo libre en la Universidad? Estudiar, repasar cosas pendientes, conversar, jugar ping-pong, fútbol, tenis, ir a la bomba.
5. ¿En qué tipo de actividades extracurriculares propuestas por la Universidad participa? Equipo de fútbol – semillero, en 1er. semestre.
6. ¿Qué temas académicos le interesan? Matemáticas, conservación, materiales nuevos para la construcción.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

7. ¿Cómo se comunica con sus compañeros para un trabajo en equipo? Teléfono, MSN, Facebook, pero más personalmente.
8. ¿Cómo se comunica con sus profesores cuando tiene alguna duda respecto a un trabajo o a un examen? El correo, celular si lo dan.
9. ¿Utiliza las instalaciones de la Universidad para estudiar? Si, por necesidad.
10. ¿Qué opina de las siguientes afirmaciones?
  - a. “no asisto a las conferencias que ofrece la universidad porque no recibo información de éstas” En desacuerdo.
  - b. “Creo que la estrategia de enviar la información por medio de correo electrónico es la ideal para informarnos de lo que está pasando en la universidad” De acuerdo.
  - c. “Las carteleras se encuentran en zonas visibles y son de fácil acceso para los estudiantes” En desacuerdo.
  - d. “Es que la universidad no se sabe comunicar con los estudiantes” En desacuerdo.

Qué se esperar observar:

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
Académico	Transporte (Actitud frente a medios disponibles, ¿está satisfecho?)	Con amigos, él no tiene carro. Hace de todo para no ir en bus; sale al complex y para a la gente así no los conozca.
	Puntualidad	Es puntual, espera al profesor dispuesto a empezar la clase.
	Nivel de compromiso con la clase y con el estudio	Medio, se distrae mucho con el celular o con compañeros, pero si copia todo y pregunta lo que no entiende.
	Participación en clase	Baja, no opinó nada ni aportó nada; si no entendía algo se lo preguntaba a sus compañeros.
	Responsabilidad con los horarios	Es responsable con su horario; tiene que ser alguna situación extrema para no ir.
	Tiempo que dedica a estudiar en la Universidad	Sólo el necesario, antes de un examen para resolver dudas o cuando va a alguna asesoría. Prefiere estudiar en las casas de sus compañeros o en la suya.
	¿Tiene grupo de estudio? ¿Cuántos son?	Si, dependiendo de la clase, siempre los mismos 4 por el mismo horario.
	Nivel de atención en la clase	Medio – bajo. Conversa mucho con sus compañeros; algunas veces sigue al profesor, otras sólo copia y conversa.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	Cómo recoge información de la universidad, a través de qué medios	No es mucha la información que quiere recoger respecto a la Universidad, pero si quiere saber de algún semillero, busca en las carteleras.
	Tipo de relación con los profesores	No tiene ningún tipo de relación; no se preocupa por saludarlo o despedirse, sólo le habla por notas o reclamos.
	Forma de comunicarse con sus compañeros y profesores	No tiene ningún problema para relacionarse es extrovertido y maneja un papel activo en la conversación con sus compañeros.
	Estilo para relacionarse con los compañeros y profesores (verbal, Gestual, cercano, frío o cálido)	Verbal y muy gestual. Maneja un lenguaje informal, cálido y muy cercano.
	¿Cuánto tiempo estuvo en la universidad?	2 horas.
	¿Qué actividades realiza en sus espacios fuera de clase?	Juega ping-pong, come algo y conversa con sus amigos.
	Promedio del tiempo que habla con sus compañeros de clase y profesores durante el tiempo de observación	Todo el tiempo, es muy inquieto y habla con ellos siempre.
	¿Qué espacios de la universidad utiliza? ¿Con quiénes?	Cafetería, canchas, salones, siempre con sus amigos y compañeros.
	Otras observaciones generales sobre el entorno académico	El grupo de amigos que tiene en la Universidad viene del colegio; todos son hombres, por lo tanto las nuevas personas que ha incluido dentro de este círculo son casi todas mujeres, aunque empezó a caer en cuenta de la necesidad de estar con personas que pertenezcan a su misma carrera.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

## Entorno social:

Entrevista a profundidad:

1. ¿Tiene amigos en la Universidad? Si, de Ambiental y otras.
2. ¿De qué otros círculos sociales hace parte? Del colegio, amigos de la novia.
3. ¿Qué hace los fines de semana por la noche? Salir a rumbear, a tomar y hablar. Ver películas, comer y cine.
4. ¿Cómo se comunica con sus amigos? Facebook.
5. ¿Qué edad tienen sus amigos? 17 - 21
6. ¿Tiene amigos en otras partes del mundo (conocido o solo por internet)? En Colombia.
7. ¿Cómo se comunica con sus amigos de otras partes del mundo? Celular o Messenger.
8. ¿Cuántas veces a la semana se ve con sus amigos? Todos los días, los de la Universidad.
9. ¿Qué actividades le gusta realizar con sus amigos? Jugar futbol
10. ¿Existe alguna relación entre sus padres y los padres de sus amigos? Si, con los del colegio.

Qué se esperar observar:

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
Social	Estilo de amigos	Muy sociables, comparten gustos, de nivel socioeconómico similar.
	Habla con sus amigos de temas académicos	Con los de la Universidad o más si ven las mismas materias; con los de otras universidades pueden hablar, comparar universidades.
	Cómo es la conversación con sus amigos	Abierta, muy informal, no tiene ningún problema de comunicación con ellos.
	Comparte dentro de la Universidad con los amigos que pertenecen a la misma	Todo el tiempo, no le gusta compartir con nadie más, sólo se separan cuando van a clases diferentes, pero si tienen un espacio se reúnen.
	Cómo es el círculo social que maneja dentro de la Universidad	Un poco cerrado, son todos los del colegio y algunas mujeres de las que se han hecho amigos.
	Dedica espacios a estar solo	Prefiere estar acompañado; sólo en la casa.
	Comparte sus gustos y preferencias con sus amigos	Si, se entienden mucho, comparten muchos gustos, pero cualquier

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
		pensamiento que no compartan lo expresan tranquilamente.
	En qué tipo de círculos sociales se desenvuelve (de la universidad, del colegio, otras universidades, etc)	Universidad: son los mismos del colegio y algunos que ha conocido de su propia carrera. Otras universidades: amigos del colegio y amigos de su novia.
	Qué medios utiliza para comunicarse con sus amigos (celular, correo, etc)	Celular, pero no está conforme con el que tiene: "No me gusta pero me toca porque todos mis amigos tienen y gasto muchos minutos llamándolos".
	Marcas de implementos tecnológicos, tiene plan de minutos, de datos, cuales quisieran tener	Celular: Sony Ericsson. Portátil: Dell No es muy gomoso con la tecnología, tiene lo básico, no le interesa tener lo último.
	Promedio del tiempo que pasa o habla con su amigos durante el tiempo de observación	Todo el tiempo, necesita estar hablando siempre, es muy inquieto.
	Qué tipo de actividades realiza con ellos	Jugar fútbol, rumbear, tomar, comer, jugar videojuegos.
	Qué medios de transporte usan para desplazarse a sus actividades	Casi siempre en taxi, si alguien va a tomar. Se siente conforme, siempre tiene alguien que lo recoja, si no, no tiene ningún problema de montar en taxi.
	Con qué frecuencia se comunica con sus amigos	En la Universidad todo el tiempo los ve; por Facebook y msn todo el tiempo que está en el computador.
	A qué otras universidades pertenecen su amigos	EAFIT, UPB
	Estilo de comunicación con sus amigos (agresivo, pasivo o asertivo)	Asertivo y muy activo; tiende a guiar la conversación.
	Estilo para relacionarse con sus amigos (verbal,	Muy gestual, cálido y cercano

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	Gestual, cercano, frío o cálido)	
	Otras observaciones generales sobre el entorno social	

### Entorno Redes Sociales, es muy extrovertido

La mayor parte de la observación en este entorno se hará a través de Facebook, dónde las personas observadas se agregarán como amigos y se hará un seguimiento de las actividades que realicen a través de este medio.

Entrevista a profundidad:

1. ¿Hace parte de alguna otra red social? No
2. ¿Tiene amigos por internet? No
3. ¿Cada cuánto tiene contacto con ellos? \_\_
4. ¿Sigue la página de la Universidad en Facebook? No
5. ¿Ha obtenido información importante para usted de la Universidad a través de este medio? \_\_
6. ¿Para qué usa internet? Consultas, Facebook, correo, ver videos, partidos y estadísticas de fútbol.
7. ¿Cuál es la página que más visita en internet? Google.
8. ¿Cada cuánto entra a la página de la Escuela? 1 vez por semana (1 -2) sólo para EIA digital.
9. ¿Influyen los medios virtuales en la programación de sus actividades diarias? Cumpleaños, remates de las fiestas de la EIA.

Qué se espera observar:

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
Redes sociales	¿Tiene computador?, ¿Cuánto tiempo dedica a estar en él?	Si, poco tiempo tanto en la casa como en la Universidad, que casi nunca lo lleva.
	¿Qué hace en el computador?	Revisar Facebook principalmente
	¿Tiene consolas de videojuegos?	Si, Xbox 360
	¿Cómo es la participación en Facebook?, ¿genera contenido o solo se dedica a opinar?	Se dedica a opinar en fotos, en lo que le escriben; no le interesa generar contenido, sólo le gusta "chismosear".
	¿Publica videos en Facebook?	No

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA



Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	¿Crea álbumes de fotos?	No
	Cuántos amigos tiene en Facebook	493
	Cómo clasifica sus amigos en Facebook	No los clasifica, muestra su estado de relación.
	A qué grupos pertenece en Facebook	4, personajes públicos, formas de pensar, protesta.
	¿Sigue la página de la Escuela en las Redes sociales?	No, no le interesa hacerlo.
	¿Busca en páginas de internet de periódicos información?	No, no muestra estar interesado en la actualidad del país; en internet se dedica a buscar de temas específicos de negocio.
	¿Chatea en el computador?, ¿Qué programa utiliza?	Si, msn y Facebook; Skype. Le gusta chatear todo el tiempo cuando está en el computador.
	¿Tiene en el computador la página de la Escuela como favorito?	No; sólo se mete a la página para revisar sus notas; no busca información o noticias de la Universidad.
	¿Qué celular tiene?	Sony Ericsson.
	Qué plan de minutos y de datos tiene	No tiene plan pospago, el celular no es de datos.
	¿Qué aplicaciones utiliza en Facebook? (juegos, encuestas, eventos, notas, etc)	Antes; ya para chismosear maneja un rol pasivo, no usa ninguna aplicación y tampoco muestra interés por hacerlo.
	En promedio cuánto tiempo está en Facebook durante el tiempo de observación	En ningún momento estuvo en Facebook durante el tiempo de la observación.
	Otras observaciones generales sobre el entorno virtual	

Estudiante 5

Edad: 19 Años.

Nivel: 4

Carrera: Informática

### Preguntas generales

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

1. ¿A qué sitios le gusta salir? Oviedo, el Tesoro, el Lleras, Señor Gol.
2. ¿Con quién le gusta salir? Amigos de la Universidad o del colegio. Amigos del colegio, son los mismos de la Universidad.
3. ¿Qué le gusta hacer en estos sitios? Comer, conversar, ver fútbol
4. ¿Le gusta ir a restaurantes? ¿Qué le gusta comer? Si. Italiano, carne, chino, comidas rápidas, pollo.
5. ¿Qué música le gusta escuchar? De todo.
6. ¿Qué hobbies tiene? Ninguno.
7. ¿Practica algún deporte? ¿Cuál? ¿Dónde lo practica? Fútbol, en la Universidad, en canchas públicas de la ciudad.

### Entorno familiar:

Entrevista en profundidad:

1. ¿Cómo está constituida su familia? ¿Con quienes de ellos vive? Papá, mamá, 2 hijos. Viven juntos.
2. ¿Cómo es la comunicación con su familia? Es muy buena, tiene más confianza con el papá.
3. ¿Cuánto tiempo del día dedica para comunicarse con ellos? 2 y 1/2 hora al día.
4. ¿Cuándo se encuentra fuera de la casa se comunica con sus familiares? Si, se llaman.
5. ¿De qué temas acostumbra hablar con su familia? Estudio, rara vez sentimental, fútbol, deportes, actividades diarias, trabajar.
6. ¿Qué actividades realiza con su familia? Domingos y miércoles siempre van sonde los abuelos a comer. Viernes o sábados siempre salen a comer.
7. ¿Qué medios utiliza para comunicarse con ellos? Verbal, celular.
8. ¿Qué temas referentes a la universidad comparte con sus papás? Exámenes, cosas que va aprendiendo, situaciones particulares ocurridas.

Qué se esperar observar:

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
Familiar	Tiempo que invierte en comunicarse con sus padres	Durante el período de observación fue poco, pasa mucho tiempo en su cuarto; sin embargo, si habla con sus papás; les pregunta cosas.
	Trata con sus padres temas referentes a la universidad	Si, más que todo de anécdotas no sólo tuyas sino de compañeros, que hayan pasado durante el día.
	Actividades académicas que comparte con su familia	Conferencias, exámenes y temas aprendidos en algunas clases del día.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	Qué otras actividades hace mientras habla con sus padres	Comer, estar en el PC y ver TV., pero nunca es un insulto para sus papás, ellos no le ven problema a eso.
	Pasa tiempo con sus padres dentro o fuera del hogar, que tipo de actividades realizan juntos	Pasa mucho tiempo con ellos afuera más que todo; les gusta mucho salir a comer y lo hacen mínimo 1 -2 veces por semana.
	Cómo es la comunicación con sus hermanos ¿De qué temas hablan?	Buena, constantemente hablan de situaciones, de la Universidad, deportes, series de Tv
	Qué otras actividades realiza en la casa	Ejercicio, ver TV., estudiar, dormir y comer.
	Forma de comunicarse	Directa, constante, respetuosa; nadie interrumpe y escuchan atentamente lo que el otro dice y lo respetan.
	Estilo para relacionarse (verbal, Gestual, cercano, frío o cálido)	Verbal más que gestual. Tiene un estilo cercano, muy cálido, sobre todo con la mamá.
	¿Qué otros temas de conversación tiene con su familia?	Actividades diarias, cosas del trabajo de los papás.
	Estilo de vida familiar (ordenados, sociables, horarios establecidos)	Son ordenados, sociables y con actividades establecidas: todos los miércoles y domingos van a la casa de la abuela sin falta, no hay excusas.
	Medios de comunicación que utilizan los miembros de la familia para informarse.	Periódicos, TV., internet, aunque no mucho.
	Promedio del tiempo que habla con la familia durante el tiempo de observación.	Poco, pasa más tiempo en su cuarto, sólo habla con ellos en el momento de comer.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	Otras observaciones generales de la interacción con la familia.	La relación entre los 4 es muy buena; aunque manejan diferente grado de confianza entre ellos, los temas generales y algunos particulares los comparten entre todos.

### Entorno académico

Entrevista en profundidad:

1. ¿Con qué frecuencia sube a la Universidad? Todos los días de la semana.
2. ¿Cuántas horas al día pasa en la Universidad? Miércoles y Jueves 10 horas. Los otros días 2.
3. ¿Qué medio de transporte utiliza para desplazarse a la Universidad? Amigos, se baja en bus casi siempre.
4. ¿Qué hace durante su tiempo libre en la Universidad? Estar en el PC, estudiar, gimnasio, juega ping-pong.
5. ¿En qué tipo de actividades extracurriculares propuestas por la Universidad participa? fútbol.
6. ¿Qué temas académicos le interesan? Matemáticas, cálculos, programación.
7. ¿Cómo se comunica con sus compañeros para un trabajo en equipo? Correo, Messenger, celular.
8. ¿Cómo se comunica con sus profesores cuando tiene alguna duda respecto a un trabajo o a un examen? Va a la oficina o el correo.
9. ¿Utiliza las instalaciones de la Universidad para estudiar? Si.
10. ¿Qué opina de las siguientes afirmaciones?
  - a. “no asisto a las conferencias que ofrece la universidad porque no recibo información de éstas” En desacuerdo.
  - b. “Creo que la estrategia de enviar la información por medio de correo electrónico es la ideal para informarnos de lo que está pasando en la universidad” En desacuerdo.
  - c. “Las carteleras se encuentran en zonas visibles y son de fácil acceso para los estudiantes” En desacuerdo.
  - d. “Es que la universidad no se sabe comunicar con los estudiantes” De acuerdo.

Qué se esperar observar:

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
Académico	Transporte (Actitud frente a medios disponibles, ¿está satisfecho?)	Normalmente se sube con amigos, pero para bajarse lo hace en bus. Se muestra satisfecho frente a la forma de transporte.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	Puntualidad	Es muy puntual; llega antes que el profesor y lo espera con el material listo para empezar la clase.
	Nivel de compromiso con la clase y con el estudio	Alto, sigue al profesor todo el tiempo; realiza los ejercicios que sugiere y se apoya de otros materiales como un tablerito que lleva.
	Participación en clase	Alta; sugiere respuestas al profesor y expone sus dudas y puntos de vista frente al tema visto.
	Responsabilidad con los horarios	Alta, nunca falta a clase; tiene que ser una situación o razón extrema.
	Tiempo que dedica a estudiar en la Universidad	Aunque no es mucho varía de acuerdo a la necesidad de un examen, un parcial...aprovecha el tiempo entre clases (huecos).
	¿Tiene grupo de estudio? ¿Cuántos son?	Si, aunque eso depende de la materia. Por lo general son 4-5 personas.
	Nivel de atención en la clase	Medio – alto, aunque hace otras cosas, todo el tiempo sigue al profesor y está al día con el tema.
	Cómo recoge información de la universidad, a través de qué medios	Página de la EIA.
	Tipo de relación con los profesores	Respetuosa, sólo tratan temas referentes a lo académico, pero no es fría.
	Forma de comunicarse con sus compañeros y profesores	Constante, no presenta ningún tipo de problema para comunicarse como timidez; al contrario es muy extrovertido.
	Estilo para relacionarse con los compañeros y profesores (verbal, Gestual, cercano, frío o cálido)	Gestual y verbal; tiene un estilo muy cercano y cálido.
	¿Cuánto tiempo estuvo en la universidad?	Durante el tiempo de observación estuvo 6 horas en la EIA.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	¿Qué actividades realiza en sus espacios fuera de clase?	Prefiere realizar actividades diferentes al estudio: juega ping-pong, habla con sus compañeros o va al gimnasio.
	Promedio del tiempo que habla con sus compañeros de clase y profesores durante el tiempo de observación	Con sus compañeros de clase todo el tiempo. Todos le preguntan a él y él les responde y les explica lo que no entienden.
	¿Qué espacios de la universidad utiliza? ¿Con quienes?	Canchas, biblioteca, cafetería. Solo o con los amigos de la Universidad.
	Otras observaciones generales sobre el entorno académico	

### Entorno social:

Entrevista a profundidad:

1. ¿Tiene amigos en la Universidad? Si, la mayoría son del colegio.
2. ¿De qué otros círculos sociales hace parte? Sólo colegio, Universidad.
3. ¿Qué hace los fines de semana por la noche? Salir, estar con los amigos, tomar y hablar.
4. ¿Cómo se comunica con sus amigos? Celular.
5. ¿Qué edad tienen sus amigos? 19 – 21 años
6. ¿Tiene amigos en otras partes del mundo (conocido o solo por internet)? No, en Colombia. Manizales, Cali.
7. ¿Cómo se comunica con sus amigos de otras partes del mundo? Celular.
8. ¿Cuántas veces a la semana se ve con sus amigos? Casi todos los días.
9. ¿Qué actividades le gusta realizar con sus amigos? Jugar fútbol, tomar y conversar.
10. ¿Existe alguna relación entre sus padres y los padres de sus amigos? Conocidos por ser del colegio.

Qué se esperar observar:

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
Social	Estilo de amigos	Con gustos muy similares a los de él, como el fútbol y el tipo de salidas que les gusta.
	Habla con sus amigos de temas académicos	Si, sobre todo de materias y exámenes porque la mayoría son de la Escuela y están con él.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	Cómo es la conversación con sus amigos	Fluida, hablan de muchos temas y no es aburridora pues todos se ven muy interesados en ella.
	Comparte dentro de la Universidad con los amigos que pertenecen a la misma	Si, todo el tiempo. Va con algunos al gimnasio o juega ping-pong con ellos.
	Cómo es el círculo social que maneja dentro de la Universidad	Amplio, constituido por hombres más que por mujeres; sus amigos son de todas las carreras.
	Dedica espacios a estar solo	Si, para hacer pereza, escuchar música o jugar en el computador.
	Comparte sus gustos y preferencias con sus amigos	Todo el tiempo, son muy parecidos en gustos, pero cuando alguien opina diferente se respeta su opinión y éste la de ellos.
	En qué tipo de círculos sociales se desenvuelve (de la universidad, del colegio, otras universidades, etc.)	Universidad, que es el mismo del colegio.
	Qué medios utiliza para comunicarse con sus amigos (celular, correo, etc.)	Alcatel, plan de minutos.
	Marcas de implementos tecnológicos, tiene plan de minutos, de datos, cuales quisieran tener	Celular: Alcatel Portátil: Dell iPad, reproductor Samsung.
	Promedio del tiempo que pasa o habla con su amigos durante el tiempo de observación	Todo el tiempo, de todos los temas. De pronto un poco más de la Universidad o de anécdotas.
	Qué tipo de actividades realiza con ellos	Jugar fútbol, ping-pong, salir a tomar algo.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	Qué medios de transporte usan para desplazarse a sus actividades	Carro o taxi. Se muestra conforme y entiende que una salida a tomar es preferible ir en taxi.
	Con qué frecuencia se comunica con sus amigos	Todo el tiempo ya sea en clases o por el chat de Facebook, cuando no está con ellos.
	A qué otras universidades pertenecen su amigos	Mariano Moreno, UPB, EAFIT, CES.
	Estilo de comunicación con sus amigos (agresivo, pasivo o asertivo)	Activo y muy asertivo. Nunca se muestra pasivo frente a algún tema o situación.
	Estilo para relacionarse con sus amigos (verbal, Gestual, cercano, frío o cálido)	Gestual más que verbal y muy cercano y cálido.
	Otras observaciones generales sobre el entorno social	

### Entorno Redes Sociales

La mayor parte de la observación en este entorno se hará a través de Facebook, dónde las personas observadas se agregarán como amigos y se hará un seguimiento de las actividades que realicen a través de este medio.

Entrevista a profundidad:

1. ¿Hace parte de alguna otra red social? Google
2. ¿Tiene amigos por internet? No
3. ¿Cada cuánto tiene contacto con ellos? \_\_
4. ¿Sigue la página de la Universidad en Facebook? No
5. ¿Ha obtenido información importante para usted de la Universidad a través de este medio? \_\_
6. ¿Para qué usa internet? Consultas, jugar, correo.
7. ¿Cuál es la página que más visita en internet? Hotmail y Gmail para correo.
8. ¿Cada cuánto entra a la página de la Escuela? 1 vez cada 2 semanas.
9. ¿Influyen los medios virtuales en la programación de sus actividades diarias? No.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA



Qué se espera observar:

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
Redes sociales	¿Tiene computador?, ¿Cuánto tiempo dedica a estar en él?	Si, todo el tiempo en la casa y algunas veces en la Universidad cuando tiene huecos.
	¿Qué hace en el computador?	Revisar Facebook y correo más que todo
	¿Tiene consolas de videojuegos?	Si, Xbox y play 2.
	¿Cómo es la participación en Facebook?, ¿genera contenido o solo se dedica a opinar?	Genera contenido, publica videos, opiniones, links...
	¿Publica videos en Facebook?	Si, de música constantemente y algunas veces y algunas veces videos de historias o documentales.
	¿Crea álbumes de fotos?	Si, todos son de viajes, paseos y cumpleaños.
	Cuántos amigos tiene en Facebook	771
	Cómo clasifica sus amigos en Facebook	No los clasifica, sólo reconoce al primo como familiar.
	A qué grupos pertenece en Facebook	18, de protesta, de fundaciones, cantantes, del colegio, juegos.
	¿Sigue la página de la Escuela en las Redes sociales?	No.
	¿Busca en páginas de internet de periódicos información?	Si, El Colombiano.
	¿Chatea en el computador?, ¿Qué programa utiliza?	Si, Messenger y Facebook.
	¿Tiene en el computador la página de la Escuela como favorito?	No.
	¿Qué celular tiene?	Alcatel.
	Qué plan de minutos y de datos tiene	Sólo plan pospago para minutos. No le gusta el BlackBerry, dice que es esclavizante.
¿Qué aplicaciones utiliza en Facebook? (juegos,	Eventos, juegos (aunque no tan seguidos). Antes lo hacía, ya no.	

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	encuestas, eventos, notas, etc)	
	En promedio cuánto tiempo está en Facebook en el tiempo de observación.	En la casa todo el tiempo tiene abierta la ventana ya sea para chatear o ver qué de nuevo ha pasado.
	Otras observaciones generales sobre el entorno virtual	Comparte información como el correo, deportes, programas, música y películas que le gustan. Además de la información del colegio y universidad a los que pertenecen.

Estudiante 6

Edad: 21 Años.

Nivel: 8

Carrera: Administrativa

### Preguntas generales

1. ¿A qué sitios le gusta salir? Ir a cine con el novio (a Carrefour de la 65), clase de inglés, rumbear en el Parque Lleras en Barlovento 02, ir a Centros Comerciales o a chismosear con las amigas en "barsitos" en la 33 con música en vivo.
2. ¿Con quién le gusta salir? Mucho más con el novio y con las amigas del colegio.
3. ¿Qué le gusta hacer en estos sitios? En los Centros Comerciales chismosear, pasar el tiempo con el novio, distraerse y tener contacto con las amigas.
4. ¿Le gusta ir a restaurantes? ¿Qué le gusta comer? Si, pero sobre todo Mega pizza, Asados la 80 con los papás, o de comida rápida como Fruttijhon.
5. ¿Qué música le gusta escuchar? Pop en inglés, romántica, y para bailar, reggaetón y vallenatos, salsa y merengue. Le gusta música movida más que calmada.
6. ¿Qué hobbies tiene? Ver TV. sobre todo acción, pero también noticias, novelas en TV. Nacional y Discovery y Home & Health, series de miedo o dibujos animados.
7. ¿Practica algún deporte? ¿Cuál? ¿Dónde lo practica? Baloncesto en la EIA, en el equipo y antes lo practicaba en la liga.

### Entorno familiar:

Entrevista en profundidad:

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

1. ¿Cómo está constituida su familia? ¿Con quienes de ellos vive? Mamá, papá, hermana. Vive con los 3.
2. ¿Cómo es la comunicación con su familia? Constante con todos: hermana, mamá y papá.
3. ¿Cuánto tiempo del día dedica para comunicarse con ellos? Por la mañana 20 minutos más o menos y por la noche durante la comida.
4. ¿Cuándo se encuentra fuera de la casa se comunica con sus familiares? Si, la mamá y el papá la llaman.
5. ¿De qué temas acostumbra hablar con su familia? Hechos actuales, historias de enseñanzas.
6. ¿Qué actividades realiza con su familia? Ver películas, ir a los partidos de ella y la hermana, reuniones familiares, ir a las fincas.
7. ¿Qué medios utiliza para comunicarse con ellos? Principalmente celular
8. ¿Qué temas referentes a la universidad comparte con sus papás? Exámenes, exposiciones, conferencias, trabajos.

Qué se esperar observar:

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
Familiar	Tiempo que invierte en comunicarse con sus padres	Durante todo el tiempo de observación mantuvo una conversación con sus padres.
	Trata con sus padres temas referentes a la universidad	Si, habla de exámenes, de temas sociales dentro de la Universidad, de las clases.
	Actividades académicas que comparte con su familia	Pide ayuda y recomendaciones para exposiciones o trabajos escritos que tiene que entregar.
	Qué otras actividades hace mientras habla con sus padres	Nada, no tiene ningún tipo de distracción, aunque la mayor parte del tiempo que hablan es en las comidas.
	Pasa tiempo con sus padres dentro o fuera del hogar, que tipo de actividades realizan juntos	Dentro del hogar ven TV. Juntos; fuera del hogar los papás la acompañan a sus juegos de baloncesto y salen a comer.
	Cómo es la comunicación con sus hermanos ¿De qué temas hablan?	Muy buena, de la universidad, chismes, novios, ven TV. Juntas, juegan.
	Qué otras actividades realiza en la casa	No está mucho en la casa, pasa todo el día en sus actividades.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	Forma de comunicarse	Muy informal, cariñosa.
	Estilo para relacionarse (verbal, Gestual, cercano, frío o cálido)	Verbal y muy gestual. Con la mamá es más cercana que con el papá, pero con los 2 se observa cálida.
	¿Qué otros temas de conversación tiene con su familia?	La mamá siempre tiene historias y hechos reales para contarles a modo de enseñanza.
	Estilo de vida familiar (ordenados, sociables, horarios establecidos)	Situaciones establecidas: comer juntos no en los horarios sino en situaciones. Tienen reglas, son muy organizados. Se come en la mesa no en la pieza y a veces ven películas juntos.
	Medios de comunicación que utilizan los miembros de la familia para informarse.	Periódicos y TV.
	Promedio del tiempo que habla con la familia durante el tiempo de observación.	Todo el tiempo, sobre todo con la hermana con quien tiene una relación muy cercana.
	Otras observaciones generales de la interacción con la familia.	La mamá influye mucho sobre ella, sobre su forma de pensar y actuar.

### Entorno académico

Entrevista en profundidad:

1. ¿Con qué frecuencia sube a la Universidad? 5 veces por semana, no tiene casi huecos.
2. ¿Cuántas horas al día pasa en la Universidad? Máximo 12 horas. Lo hace por el transporte, si tuviera carro sería más fácil.
3. ¿Qué medio de transporte utiliza para desplazarse a la Universidad? Bus, con compañeros.
4. ¿Qué hace durante su tiempo libre en la Universidad? Almorzar, conversar, estudiar.
5. ¿En qué tipo de actividades extracurriculares propuestas por la Universidad participa? Diplomado, semillero, baloncesto.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

6. ¿Qué temas académicos le interesan? Investigación de mercados, macroeconomía y microeconomía, producción.
7. ¿Cómo se comunica con sus compañeros para un trabajo en equipo? Celular, correo y se reúne con ellos dependiendo de la materia y las personas. Skype, msn, o hablan por internet.
8. ¿Cómo se comunica con sus profesores cuando tiene alguna duda respecto a un trabajo o a un examen? Por celular, ellos le informan de conferencias.
9. ¿Utiliza las instalaciones de la Universidad para estudiar? Si.
10. ¿Qué opina de las siguientes afirmaciones?
  - a. “no asisto a las conferencias que ofrece la universidad porque no recibo información de éstas” En desacuerdo, cree que depende del tema.
  - b. “Creo que la estrategia de enviar la información por medio de correo electrónico es la ideal para informarnos de lo que está pasando en la universidad” De acuerdo, falta inculcar más sentido de pertenencia.
  - c. “Las carteleras se encuentran en zonas visibles y son de fácil acceso para los estudiantes” En desacuerdo; sólo algunas.
  - d. “Es que la universidad no se sabe comunicar con los estudiantes” De acuerdo, les hace falta contratar a alguien que sepa comunicar.

Qué se esperar observar:

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
Académico	Transporte (Actitud frente a medios disponibles, ¿está satisfecho?)	Se transporta con un compañero, con el novio de la hermana o en bus. Se muestra insatisfecha con las opciones para subir.
	Puntualidad	Es puntual, llegó antes que el profesor y tenía todo dispuesto para empezar la clase.
	Nivel de compromiso con la clase y con el estudio	Es comprometida, toma nota, se interesa por los temas y pregunta al profesor por las dudas que tenga. Es responsable con los trabajos y exámenes.
	Participación en clase	Durante el tiempo de observación no hubo ninguna participación con preguntas pero si participó mediante el seguimiento a la clase.
	Responsabilidad con los horarios	Cumple con sus horarios, entra a las clases y es importante para ella asistir a las mismas.
	Tiempo que dedica a estudiar en la Universidad	Durante el tiempo de observación dedicó entre 20 y 45 minutos para hablar temas referentes a tareas.
	¿Tiene grupo de estudio? ¿Cuántos son?	La situación la obliga a estudiar sola, pero si busca estudiar con alguien, por lo general es con la hermana.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	Nivel de atención en la clase	Medio – alto, está pendiente de los temas, se preocupa por tomar notas y entenderlas.
	Cómo recoge información de la universidad, a través de qué medios	Se detiene a mirar las carteleras, por el correo o llama a la EIA
	Tipo de relación con los profesores	Respetuosa, pero no de mucha confianza, sólo para preguntar, no para hablar de otros temas.
	Forma de comunicarse con sus compañeros y profesores	La comunicación es directa, respetuosa, también utiliza otros medios dependiendo de la situación: usa correo y redes sociales para comunicarse.
	Estilo para relacionarse con los compañeros y profesores (verbal, Gestual, cercano, frío o cálido)	Estilo cálido aunque es un poco tímida. Utiliza también un lenguaje gestual, mostrando respeto por sus profesores y compañeros al escuchar sus ideas.
	¿Cuánto tiempo estuvo en la universidad?	Estuvo 4 horas, tuvo clase de preparación y evaluación de proyectos y de modelación y simulación.
	¿Qué actividades realiza en sus espacios fuera de clase?	Comer, terminar trabajos, buscar profesores para hablar sobre algún trabajo.
	Promedio del tiempo que habla con sus compañeros de clase y profesores durante el tiempo de observación	Es muy poco lo que habla; de pronto para comentar a sus compañeros algo de la clase y a su profesor para hacerle alguna pregunta relacionada con algún trabajo que debe hacer dentro de la clase.
	¿Qué espacios de la universidad utiliza? ¿Con quiénes?	La cafetería, salones, salas de estudio. Generalmente lo hace sola aunque puede encontrarse con alguien en esos espacios y sentarse.
	Otras observaciones generales sobre el entorno académico	

### Entorno social:

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entrevista a profundidad:

1. ¿Tiene amigos en la Universidad? Si, no son de Administrativa; son de Mecatrónica, Biomédica e Informática.
2. ¿De qué otros círculos sociales hace parte? Colegio
3. ¿Qué hace los fines de semana por la noche?
4. ¿Cómo se comunica con sus amigos? Celular, teléfono casa, Facebook.
5. ¿Qué edad tienen sus amigos? 20-23 años
6. ¿Tiene amigos en otras partes del mundo (conocido o solo por internet)? Si, viven en Dinamarca, Alemania e Italia.
7. ¿Cómo se comunica con sus amigos de otras partes del mundo? El papá es el que se comunica con ella.
8. ¿Cuántas veces a la semana se ve con sus amigos? Con las del colegio 1 vez cada 2 meses y con los de la Universidad 1 vez cada mes.
9. ¿Qué actividades le gusta realizar con sus amigos? Salir a comer y conversar, jugar baloncesto.
10. ¿Existe alguna relación entre sus padres y los padres de sus amigos? Con las del colegio de toda la vida y con los de la Universidad no.

Qué se esperar observar:

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
Social	Estilo de amigos	Muy parecidos a ella, reservados.
	Habla con sus amigos de temas académicos	Si, les cuenta acontecimientos de la Universidad.
	Cómo es la conversación con sus amigos	Fluida, muy directa y respetuosa.
	Comparte dentro de la Universidad con los amigos que pertenecen a la misma	El tiempo en la Universidad lo comparte con su hermana y un amigo de ella, aunque dedica tiempo a estar con algunos compañeros de las clases.
	Cómo es el círculo social que maneja dentro de la Universidad	Es pequeño, casi todo el tiempo estuvo con su hermana y un amigo de ella.
	Dedica espacios a estar solo	Si, le gusta dedicar algunos momentos a estar sola, unas veces en la casa, otras en la Universidad.
	Comparte sus gustos y preferencias con sus amigos	Les cuenta lo que piensa y sus preferencias de acuerdo a temas que surgen en la conversación.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	En qué tipo de círculos sociales se desenvuelve (de la universidad, del colegio, otras universidades, etc)	Universidad, colegio y otras universidades, aunque sus círculos suelen ser pequeños y no están compuestos por mucha gente, sus amigos son de ambos sexos.
	Qué medios utiliza para comunicarse con sus amigos (celular, correo, etc)	Facebook, teléfono, BlackBerry
	Marcas de implementos tecnológicos, tiene plan de minutos, de datos, cuales quisieran tener	Portátil: Lenovo Celular: BlackBerry IPod No es muy tecnológica
	Promedio del tiempo que pasa o habla con su amigos durante el tiempo de observación	Poco, entre quince y veinte minutos
	Qué tipo de actividades realiza con ellos	Comer, ir al teatro, ir al cine.
	Qué medios de transporte usan para desplazarse a sus actividades	Taxi, bus o carro, dependiendo de sus amigos. No muestra problema por ir en uno o en otro.
	Con qué frecuencia se comunica con sus amigos	Poca, siempre es por Facebook, se llaman muy poquito
	A qué otras universidades pertenecen su amigos	EAFIT, U. de Medellín, U. de Antioquia, U. San Buenaventura
	Estilo de comunicación con sus amigos (agresivo, pasivo o asertivo)	Es pasivo y asertivo, además de constante. No presenta ningún tipo de problema en la comunicación.
	Estilo para relacionarse con sus amigos (verbal, Gestual, cercano, frío o cálido)	Verbal nada gestual, muy cálido pero se le nota que es muy introvertida

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA



Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	Otras observaciones generales sobre el entorno social	

### Entorno Redes Sociales

La mayor parte de la observación en este entorno se hará a través de Facebook, dónde las personas observadas se agregarán como amigos y se hará un seguimiento de las actividades que realicen a través de este medio.

Entrevista a profundidad:

1. ¿Hace parte de alguna otra red social? Twitter, de una manera pasiva y es usuaria de Facebook
2. ¿Tiene amigos por internet? Si, nacionales.
3. ¿Cada cuánto tiene contacto con ellos? Pocas veces, 1 vez al mes.
4. ¿Sigue la página de la Universidad en Facebook? Si.
5. ¿Ha obtenido información importante para usted de la Universidad a través de este medio? No, se inscribió recientemente.
6. ¿Para qué usa internet? Consultas, traducir, Facebook, correo, escuchar música, ver noticias.
7. ¿Cuál es la página que más visita en internet? Gmail y Facebook.
8. ¿Cada cuánto entra a la página de la Escuela? 2 veces por semana a moodle y biblioteca.
9. ¿Influyen los medios virtuales en la programación de sus actividades diarias? Si.

Qué se espera observar:

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
Redes sociales	¿Tiene computador?, ¿Cuánto tiempo dedica a estar en él?	Sí, todo el tiempo durante la observación estuvo utilizando el computador.
	¿Qué hace en el computador?	Consulta internet, hace trabajos, toma nota durante las clases.
	¿Tiene consolas de videojuegos?	No tiene.
	¿Cómo es la participación en Facebook?, ¿genera contenido o solo se dedica a opinar?	Es activa, genera contenido, está constantemente compartiendo links, noticias, comentando fotos.
	¿Publica videos en Facebook?	Si, publica links de Youtube.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	¿Crea álbumes de fotos?	Si, aunque no muy seguido. Álbumes de cumpleaños, vacaciones y algunas salidas.
	Cuántos amigos tiene en Facebook	284
	Cómo clasifica sus amigos en Facebook	No tiene una clasificación en especial Facebook los clasifica automáticamente según datos como universidad o colegio.
	A qué grupos pertenece en Facebook	29 en total: grupos de seguimiento a artistas, de Instituciones, Empresas, protestas y restaurantes.
	¿Sigue la página de la Escuela en las Redes sociales?	Sigue una página que no es la oficial.
	¿Busca en páginas de internet de periódicos información?	Si, Portafolio y Dinero.
	¿Chatea en el computador?, ¿Qué programa utiliza?	Si, Messenger.
	¿Tiene en el computador la página de la Escuela como favorito?	No, pero sale en las más visitadas.
	¿Qué celular tiene?	BlackBerry
	Qué plan de minutos y de datos tiene	Pre-pago
	¿Qué aplicaciones utiliza en Facebook? (juegos, encuestas, eventos, notas, etc)	Juegos
	En promedio cuánto tiempo está en Facebook durante el tiempo de observación	Durante el tiempo de observación no estuvo en Facebook.
	Otras observaciones generales sobre el entorno virtual	Publica información general como intereses musicales, películas y programas de TV.; además de la dirección de correo, su colegio, su universidad y el estado de su relación.

Estudiante 7

Edad: 19 Años.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Nivel: 4  
Carrera: Industrial

### Preguntas generales

1. ¿A qué sitios le gusta salir? Strada, Lleras, Barrio Colombia
2. ¿Con quién le gusta salir? Amigos del colegio
3. ¿Qué le gusta hacer en estos sitios? Tomar y conversar
4. ¿Le gusta ir a restaurantes? ¿Qué le gusta comer? Si, de todo, carne
5. ¿Qué música le gusta escuchar? Reggaetón, vallenatos y alternativa
6. ¿Qué hobbies tiene? Música, bajar películas, cocinar
7. ¿Practica algún deporte? ¿Cuál? ¿Dónde lo practica? Fútbol

### Entorno familiar:

Entrevista en profundidad:

1. ¿Cómo está constituida su familia? ¿Con quienes de ellos vive? Mamá, papá, 3 hermanos.
2. ¿Cómo es la comunicación con su familia? Constante y buena.
3. ¿Cuánto tiempo del día dedica para comunicarse con ellos? 2 ó 3 horas
4. Cuando se encuentra fuera de la casa ¿se comunica con sus familiares? Poquito
5. ¿De qué temas acostumbra hablar con su familia? De la Universidad, de trabajo, de los amigos.
6. ¿Qué actividades realiza con su familia? Acompaña a su abuela y a su mamá a ser vueltas, cosas del trabajo, salen a comer.
7. ¿Qué medios utiliza para comunicarse con ellos? Celular
8. ¿Qué temas referentes a la universidad comparte con sus papás? Parciales, notas.

Qué se esperar observar:

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
Familiar	Tiempo que invierte en comunicarse con sus padres	Durante todo el tiempo de observación mantuvo una conversación con su mamá.
	Trata con sus padres temas referentes a la universidad	Si, les cuenta de las clases y de los quices que tiene programados.
	Actividades académicas que comparte con su familia	Algunas conferencias que le parecen interesantes y cómo le fue en los exámenes.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	Qué otras actividades hace mientras habla con sus padres	Estar en el celular leyendo cosas.
	Pasa tiempo con sus padres dentro o fuera del hogar, que tipo de actividades realizan juntos	Dentro del hogar pasa mucho tiempo con la mamá y la abuela; las acompaña en lo que tienen que hacer, como vueltas por ejemplo.
	Cómo es la comunicación con sus hermanos ¿De qué temas hablan?	Normal, están muy pequeñas todavía.
	Qué otras actividades realiza en la casa	Ver TV., series, documentales, deportes; en el computador y hablando con su familia.
	Forma de comunicarse	Directa, informal y cariñosa.
	Estilo para relacionarse (verbal, Gestual, cercano, frío o cálido)	Verbal más que gestual y muy cercano.
	¿Qué otros temas de conversación tiene con su familia?	De trabajo principalmente.
	Estilo de vida familiar (ordenados, sociables, horarios establecidos)	Son muy ordenados, no tienen horarios establecidos, las actividades que pueden hacer en familia como comer, no las comparten por diferencias de horarios.
	Medios de comunicación que utilizan los miembros de la familia para informarse.	Periódicos, revistas, internet, TV.
	Promedio del tiempo que habla con la familia durante el tiempo de observación.	1 hora en promedio.
	Otras observaciones generales de la interacción con la familia.	Tienen una relación muy cercana sobre todo con su mamá y abuela. Se preocupan por saber de los demás miembros de la familia. El papá trabaja mucho.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

## Entorno académico

Entrevista en profundidad:

1. ¿Con qué frecuencia sube a la Universidad? Todos los días
2. ¿Cuántas horas al día pasa en la Universidad? 8 horas máximo
3. ¿Qué medio de transporte utiliza para desplazarse a la Universidad? Carro, muy poquito en bus, hay veces se va con alguien.
4. ¿Qué hace durante su tiempo libre en la Universidad? Hablar con la gente pero sólo entre clases, no le gusta estar en la Universidad, cree que no hay ambiente.
5. ¿En qué tipo de actividades extracurriculares propuestas por la Universidad participa? Estuvo en curso de fotografía.
6. ¿Qué temas académicos le interesan? Logística, procesos industriales.
7. ¿Cómo se comunica con sus compañeros para un trabajo en equipo? Siempre se reúnen y si no, Skype.
8. ¿Cómo se comunica con sus profesores cuando tiene alguna duda respecto a un trabajo o a un examen? Correo o va a la oficina, no le gusta llamarlos.
9. ¿Utiliza las instalaciones de la Universidad para estudiar? No, sólo estudia un rato antes de los exámenes; no le gusta estar en la Universidad por el frío.
10. ¿Qué opina de las siguientes afirmaciones?
  - a. “no asisto a las conferencias que ofrece la universidad porque no recibo información de éstas” En desacuerdo, si recibe.
  - b. “Creo que la estrategia de enviar la información por medio de correo electrónico es la ideal para informarnos de lo que está pasando en la universidad” De acuerdo.
  - c. “Las carteleras se encuentran en zonas visibles y son de fácil acceso para los estudiantes” De acuerdo.
  - d. “Es que la universidad no se sabe comunicar con los estudiantes” En Desacuerdo, si sabe.

Qué se esperar observar:

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
Académico	Transporte (Actitud frente a medios disponibles, ¿está satisfecho?)	Carro todos los días, se muestra satisfecho. Frente a la posibilidad de utilizar otro medio se muestra tranquilo si lo tiene que hacer.
	Puntualidad	Es puntual, llega antes que el profesor y lo espera con el material listo para empezar la clase.
	Nivel de compromiso con la	Alto, toma nota y se preocupa por entender los temas.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	clase y con el estudio	
	Participación en clase	Durante el tiempo de la observación no realizó ningún aporte.
	Responsabilidad con los horarios	Es responsable con su horario, organizado y acomoda sus otras actividades de acuerdo a él.
	Tiempo que dedica a estudiar en la Universidad	No dedica tiempo a estudiar dentro de la Universidad; prefiere conversar con sus amigos.
	¿Tiene grupo de estudio? ¿Cuántos son?	Si tiene; prefiere estudiar con alguien.
	Nivel de atención en la clase	Medio-alto; se muestra interesado por el tema tratado en clase, pero revisa algunas veces el celular.
	Cómo recoge información de la universidad, a través de qué medios	A través del correo todos los días por la noche dedica a revisar su correo y dentro de esos, los de la Universidad.
	Tipo de relación con los profesores	Es formal, sólo hablan de temas específicos relacionados con la Universidad; respetuosa.
	Forma de comunicarse con sus compañeros y profesores	La forma de comunicarse con sus compañeros es informal; con sus profesores es más formal; respeta la relación alumno-profesor.
	Estilo para relacionarse con los compañeros y profesores (verbal, Gestual, cercano, frío o cálido)	Compañeros: verbal, poco gestual y muy cercano y cálido Profesores: verbal totalmente, cálido pero no cercano.
	¿Cuánto tiempo estuvo en la universidad?	2 horas para clase de electromagnetismo y ondas
	¿Qué actividades realiza en sus espacios fuera de clase?	Conversar con la gente, comer.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	Promedio del tiempo que habla con sus compañeros de clase y profesores durante el tiempo de observación	Poco con sus compañeros; sólo para comentar algo que el profesor esté explicando. Con el profesor, el saludo antes de la clase.
	¿Qué espacios de la universidad utiliza? ¿Con quiénes?	Admisiones, siempre espera entre una clase y otra en ese espacio
	Otras observaciones generales sobre el entorno académico	

### Entorno social:

Entrevista a profundidad:

1. ¿Tiene amigos en la Universidad? Si.
2. ¿De qué otros círculos sociales hace parte? Colegio
3. ¿Qué hace los fines de semana por la noche? Salir, mejor a hablar que a rumbear.
4. ¿Cómo se comunica con sus amigos? Celular, prefiere llamar que escribir.
5. ¿Qué edad tienen sus amigos? 20 años
6. ¿Tiene amigos en otras partes del mundo (conocido o solo por internet)? Si, tiene una amiga en Brasil.
7. ¿Cómo se comunica con sus amigos de otras partes del mundo? Por Skype 1 vez al mes.
8. ¿Cuántas veces a la semana se ve con sus amigos? 1 vez por semana.
9. ¿Qué actividades le gusta realizar con sus amigos? Salir a tomar algo, ver películas, ir a comer.
10. ¿Existe alguna relación entre sus padres y los padres de sus amigos? Con los del colegio se conocen de toda la vida.

Qué se esperar observar:

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
Social	Estilo de amigos	Muy parecidos a él en la forma de vestir, de hablar; en sus gustos como la música.
	Habla con sus amigos de temas académicos	Si, hablan de materias en común y los de EAFIT le piden ayuda con algunos exámenes.
	Cómo es la conversación con sus amigos	Informal, maneja un rol activo dentro de la conversación.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	Comparte dentro de la Universidad con los amigos que pertenecen a la misma	Todo el tiempo; con algunos que no ven materias con él, aprovecha los espacios entre clases.
	Cómo es el círculo social que maneja dentro de la Universidad	Amplio, hay por igual hombres y mujeres y la mayoría son de la carrera y del nivel.
	Dedica espacios a estar solo	Le gusta estar acompañado, nunca está solo.
	Comparte sus gustos y preferencias con sus amigos	Todo el tiempo expone sus preferencias y punto de vista y respeta los de los demás.
	En qué tipo de círculos sociales se desenvuelve (de la universidad, del colegio, otras universidades, etc)	De la Universidad y del colegio principalmente. Tiene otro círculo formado por personas de otras universidades que son con las que más sale.
	Qué medios utiliza para comunicarse con sus amigos (celular, correo, etc)	Celular, Facebook, Messenger, en el celular todo el tiempo tiene acceso a los dos programas, por lo tanto todo el día está conectado.
	Marcas de implementos tecnológicos, tiene plan de minutos, de datos, cuales quisieran tener	Celular: Sony Ericsson / Portátil: Sony vaio Otro: IPod touch. Plan: full No le gusta BlackBerry, le parece muy malo, prefiere celular donde también pueda tener acceso a programas en los que pueda chatear
	Promedio del tiempo que pasa o habla con su amigos durante el tiempo de observación	15- 20 minutos, aunque por el celular lo hizo todo el tiempo.
	Qué tipo de actividades realiza con ellos	Jugar fútbol, ir a casas, cocinar.
	Qué medios de transporte usan para desplazarse a sus actividades	Carro, siempre lo tiene disponible.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA



Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	Con qué frecuencia se comunica con sus amigos	Colegio: 1 vez por semana. Universidad, todos los días Otras universidades: 1-2 veces por semana
	A qué otras universidades pertenecen su amigos	EAFIT Y EIA
	Estilo de comunicación con sus amigos (agresivo, pasivo o asertivo)	Activo y asertivo. El lenguaje es muy informal.
	Estilo para relacionarse con sus amigos (verbal, Gestual, cercano, frío o cálido)	Muy gestual, cálido y cercano, es muy extrovertido
	Otras observaciones generales sobre el entorno social	

### Entorno Redes Sociales

La mayor parte de la observación en este entorno se hará a través de Facebook, dónde las personas observadas se agregarán como amigos y se hará un seguimiento de las actividades que realicen a través de este medio.

Entrevista a profundidad:

1. ¿Hace parte de alguna otra red social? No
2. ¿Tiene amigos por internet? Si.
3. ¿Cada cuánto tiene contacto con ellos? Pocas veces, 1 vez al año.
4. ¿Sigue la página de la Universidad en Facebook? No.
5. ¿Ha obtenido información importante para usted de la Universidad a través de este medio? No, no sigue la página de la Universidad.
6. ¿Para qué usa internet? Películas y entretenimiento.
7. ¿Cuál es la página que más visita en internet? Stumbre.
8. ¿Cada cuánto entra a la página de la Escuela? Para notas 2 veces al mes.
9. ¿Influyen los medios virtuales en la programación de sus actividades diarias? No.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Qué se espera observar:

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
Redes sociales	¿Tiene computador?, ¿Cuánto tiempo dedica a estar en él?	Durante el tiempo de la observación no estuvo con él, pero siempre que está en la casa lo hace.
	¿Qué hace en el computador?	Ver películas y escuchar y bajar música.
	¿Tiene consolas de videojuegos?	Si, Play Station
	¿Cómo es la participación en Facebook?, ¿genera contenido o solo se dedica a opinar?	Genera contenido pero no muy seguido. Aproximadamente 2 veces por semana. También se dedica a opinar y a compartir links.
	¿Publica videos en Facebook?	Muy de vez en cuando. Los videos no son de música
	¿Crea álbumes de fotos?	Si, sube constantemente fotos desde el celular. Los otros álbumes son de viajes.
	Cuántos amigos tiene en Facebook	571
	Cómo clasifica sus amigos en Facebook	No tiene ninguna clasificación para sus amigos, sólo se clasifican automáticamente según sean del colegio o universidad.
	A qué grupos pertenece en Facebook	Hace parte de 5 grupos, incluye personajes, cervezas y marcas de ropa.
	¿Sigue la página de la Escuela en las Redes sociales?	No.
	¿Busca en páginas de internet de periódicos información?	Si, el Colombiano y revistas como Semana
	¿Chatea en el computador?, ¿Qué programa utiliza?	MSN, Facebook, y en el celular
	¿Tiene en el computador la página de la Escuela como favorito?	No
	¿Qué celular tiene?	Sony Ericsson
Qué plan de minutos y de datos tiene	Tiene plan pos pago y full internet	

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	¿Qué aplicaciones utiliza en Facebook? (juegos, encuestas, eventos, notas, etc)	News feed y fotos
	En promedio cuánto tiempo está en Facebook durante el tiempo de observación	Todo el tiempo, en el celular siempre tiene acceso a él
	Otras observaciones generales sobre el entorno virtual	Comparte información básica en Facebook como correos, teléfono, información del colegio y universidad, ciudad en la que vive.

Estudiante 8  
 Edad: 20 Años.  
 Nivel: 6  
 Carrera: Civil

### Preguntas generales

1. ¿A qué sitios le gusta salir? A cine, a comer
2. ¿Con quién le gusta salir? Con la novia, los Amigos de scout y de la Universidad
3. ¿Qué le gusta hacer en estos sitios? Conversar, comer, disfrutar con amigos y la pareja
4. ¿Le gusta ir a restaurantes? ¿Qué le gusta comer? Si, comidas rápidas
5. ¿Qué música le gusta escuchar? Rock
6. ¿Qué hobbies tiene? Tocar piano
7. ¿Practica algún deporte? ¿Cuál? ¿Dónde lo practica? Ultimate y tenis

### Entorno familiar:

Entrevista en profundidad:

1. ¿Cómo está constituida su familia? ¿Con quienes de ellos vive? Mamá, papá, 2 hermanos.
2. ¿Cómo es la comunicación con su familia? Buena.
3. ¿Cuánto tiempo del día dedica para comunicarse con ellos? 2 horas
4. Cuando se encuentra fuera de la casa ¿se comunica con sus familiares? Si, se llaman
5. ¿De qué temas acostumbra hablar con su familia? De la Universidad, de deportes, de la novia
6. ¿Qué actividades realiza con su familia? Ver TV., salir a comer
7. ¿Qué medios utiliza para comunicarse con ellos? Celular y personalmente

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

8. ¿Qué temas referentes a la universidad comparte con sus papás? Sus notas, profesores y temas que le interesen en general.

Qué se esperar observar:

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
Familiar	Tiempo que invierte en comunicarse con sus padres	Durante el tiempo de observación fue poco; se dedica a estar en su cuarto.
	Trata con sus padres temas referentes a la universidad	Si, les cuenta de los exámenes y anécdotas que hayan pasado.
	Actividades académicas que comparte con su familia	Exámenes, clases, conferencias
	Qué otras actividades hace mientras habla con sus padres	Suele mirar el celular y escribir en él.
	Pasa tiempo con sus padres dentro o fuera del hogar, que tipo de actividades realizan juntos	La actividad que más realizan fuera de la casa es asistir a sus cosas de scout y partidos de tenis con su hermano.
	Cómo es la comunicación con sus hermanos ¿De qué temas hablan?	La comunicación es mejor con la hermana que con el hermano. Con ella habla temas como la Universidad, la novia, los amigos.
	Qué otras actividades realiza en la casa	Ver películas; partidos de tenis.
	Forma de comunicarse	Directa, continua, un poco seca pero no totalmente fría.
	Estilo para relacionarse (verbal, Gestual, cercano, frío o cálido)	Verbal, nada gestual, cercano y cálido, sobre todo con la mamá y la hermana.
	¿Qué otros temas de conversación tiene con su familia?	De tenis, de historias de la vida real.
Estilo de vida familiar (ordenados, sociables, horarios establecidos)	Son ordenad, sociables, establecen horarios de entrada y de comidas.	

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	Medios de comunicación que utilizan los miembros de la familia para informarse.	Periódicos, TV.
	Promedio del tiempo que habla con la familia durante el tiempo de observación.	Poco, prefiere estar en su cuarto, aunque hay momentos en que se reúnen para ver TV.
	Otras observaciones generales de la interacción con la familia.	Tienen una relación estrecha, pero con la persona que más se entiende y más habla es con su mamá

### Entorno académico

Entrevista en profundidad:

1. ¿Con qué frecuencia sube a la Universidad? 5 días a la semana.
2. ¿Cuántas horas al día pasa en la Universidad? 12 horas: 6 am – 6 pm.
3. ¿Qué medio de transporte utiliza para desplazarse a la Universidad? Se turna el carro.
4. ¿Qué hace durante su tiempo libre en la Universidad? Entrena y curso de fotografía.
5. ¿En qué tipo de actividades extracurriculares propuestas por la Universidad participa? Curso de fotografía.
6. ¿Qué temas académicos le interesan? Estructuras.
7. ¿Cómo se comunica con sus compañeros para un trabajo en equipo? Hablan en la Universidad.
8. ¿Cómo se comunica con sus profesores cuando tiene alguna duda respecto a un trabajo o a un examen? Por correo.
9. ¿Utiliza las instalaciones de la Universidad para estudiar? Sí, pero no es lo que más le gusta, aprovecha el tiempo en la universidad para hacer otras cosas
10. ¿Qué opina de las siguientes afirmaciones?
  - a. “no asisto a las conferencias que ofrece la universidad porque no recibo información de éstas” En desacuerdo.
  - b. “Creo que la estrategia de enviar la información por medio de correo electrónico es la ideal para informarnos de lo que está pasando en la universidad” De acuerdo.
  - c. “Las carteleras se encuentran en zonas visibles y son de fácil acceso para los estudiantes” De acuerdo

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

- d. “Es que la universidad no se sabe comunicar con los estudiantes”  
Desacuerdo.

Qué se esperar observar:

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
Académico	Transporte (Actitud frente a medios disponibles, ¿está satisfecho?)	Comparte el carro con compañeros; se muestra tranquilo frente al transporte y satisfecho.
	Puntualidad	Es puntual, llega antes que el profesor.
	Nivel de compromiso con la clase y con el estudio	Alto, se preocupa por entender los temas y le explica a otros compañeros si tienen dudas
	Participación en clase	Durante el tiempo de la observación no hubo ninguna participación.
	Responsabilidad con los horarios	Es responsable, cumple con su horario y se preocupa por organizar sus horas de estudio.
	Tiempo que dedica a estudiar en la Universidad	El tiempo que dedica varía según el número de trabajos y quices que tenga para la semana. Cuando no tiene, aprovecha el tiempo en otras cosas como la fotografía.
	¿Tiene grupo de estudio? ¿Cuántos son?	Si, algunos compañeros de la carrera aunque no siempre estudian juntos.
	Nivel de atención en la clase	Alto, toma nota y sigue al profesor en los ejercicios que hace.
	Cómo recoge información de la universidad, a través de qué medios	A través del correo, se muestra conforme con esta forma de obtener información.
	Tipo de relación con los profesores	Cálida, pero no va más allá de los temas académicos.
	Forma de comunicarse con sus compañeros y profesores	Tiende a ser pasivo dentro de las conversaciones, a escuchar más que a poner temas.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	Estilo para relacionarse con los compañeros y profesores (verbal, Gestual, cercano, frío o cálido)	Verbal y cálido. Frío, muestra timidez con sus compañeros. No es muy gestual, usa un lenguaje más formal.
	¿Cuánto tiempo estuvo en la universidad?	4 horas
	¿Qué actividades realiza en sus espacios fuera de clase?	Curso de fotografía, estudia, juega ultimate.
	Promedio del tiempo que habla con sus compañeros de clase y profesores durante el tiempo de observación	Fue poco el tiempo que habló con sus compañeros dentro de la clase. Siempre puso atención y hablaba de algún tema relacionado con la clase.
	¿Qué espacios de la universidad utiliza? ¿Con quiénes?	Las canchas, la cafetería, biblioteca y salas de estudio.
	Otras observaciones generales sobre el entorno académico	

### Entorno social:

Entrevista a profundidad:

1. ¿Tiene amigos en la Universidad? Si.
2. ¿De qué otros círculos sociales hace parte? Scout
3. ¿Qué hace los fines de semana por la noche? Comer, cine, películas
4. ¿Cómo se comunica con sus amigos? Celular
5. ¿Qué edad tienen sus amigos? 18 -20 años
6. ¿Tiene amigos en otras partes del mundo (conocido o solo por internet)? Si.
7. ¿Cómo se comunica con sus amigos de otras partes del mundo? Por Facebook
8. ¿Cuántas veces a la semana se ve con sus amigos? 2 veces por semana.
9. ¿Qué actividades le gusta realizar con sus amigos? Ir a cine.
10. ¿Existe alguna relación entre sus padres y los padres de sus amigos? De algunos.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Qué se esperar observar:

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
Social	Estilo de amigos	Con gustos muy parecidos a los de él, como el scout.
	Habla con sus amigos de temas académicos	Si, con los de la universidad más que con los otros.
	Cómo es la conversación con sus amigos	Maneja un papel pasivo, pero la conversación no deja de ser fluida
	Comparte dentro de la Universidad con los amigos que pertenecen a la misma	Todo el tiempo, con ellos comparte otras actividades extra-curriculares de la EIA. Como es el curso de fotografía.
	Cómo es el círculo social que maneja dentro de la Universidad	Es reducido, pero a él pertenecen tanto hombres como mujeres, además de sus compañeros de algunas clases.
	Dedica espacios a estar solo	Si, le gusta aprovechar algunos momentos sobre todo en la casa.
	Comparte sus gustos y preferencias con sus amigos	Si, los comparte y respeta tanto gustos como preferencias de los otros, aunque en algunos se ve que están totalmente de acuerdo.
	En qué tipo de círculos sociales se desenvuelve (de la universidad, del colegio, otras universidades, etc)	Scout, otras universidades, colegio. Con el grupo de scout es con los que más sale, con ellos ha estado desde muy pequeño y todavía sigue en el grupo.
	Qué medios utiliza para comunicarse con sus amigos (celular, correo, etc)	Celular, Facebook
	Marcas de implementos tecnológicos, tiene plan de minutos, de datos, cuales quisieran tener	Celular: black berry Portátil: acer
Promedio del tiempo que pasa o habla con su amigos durante el	Todo el tiempo estuvo conversando con ellos.	

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA



Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	tiempo de observación	
	Qué tipo de actividades realiza con ellos	Cine, ver películas en casas, salir a comer. Prefiere planes más relajados
	Qué medios de transporte usan para desplazarse a sus actividades	Carro o taxi, no tiene ninguna preferencia, todo depende del tipo de salida, de la hora, entre otros.
	Con qué frecuencia se comunica con sus amigos	Con los de la Universidad todo el tiempo; con los otros grupos 2 veces por semana.
	A qué otras universidades pertenecen su amigos	EAFIT, CES
	Estilo de comunicación con sus amigos (agresivo, pasivo o asertivo)	Pasivo y asertivo, es muy calmado para hablar.
	Estilo para relacionarse con sus amigos (verbal, Gestual, cercano, frío o cálido)	Verbal, nada gestual y un poco frío
	Otras observaciones generales sobre el entorno social	Es una persona muy estudiosa, le gusta pasar tiempo en la universidad.

### Entorno Redes Sociales

La mayor parte de la observación en este entorno se hará a través de Facebook, dónde las personas observadas se agregarán como amigos y se hará un seguimiento de las actividades que realicen a través de este medio.

Entrevista a profundidad:

1. ¿Hace parte de alguna otra red social? Sólo Facebook
2. ¿Tiene amigos por internet? Si
3. ¿Cada cuánto tiene contacto con ellos? Pocas veces, 1 vez al mes.
4. ¿Sigue la página de la Universidad en Facebook? No.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

5. ¿Ha obtenido información importante para usted de la Universidad a través de este medio? No la sigue.
6. ¿Para qué usa internet? Consultas, correo, Facebook.
7. ¿Cuál es la página que más visita en internet? Google y Facebook.
8. ¿Cada cuánto entra a la página de la Escuela? 1 - 2 veces por semana
9. ¿Influyen los medios virtuales en la programación de sus actividades diarias? Si.

Qué se espera observar:

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
Redes sociales	¿Tiene computador?, ¿Cuánto tiempo dedica a estar en él?	Si, algunas veces cuando está en la casa para revisar Facebook y consultas para trabajos.
	¿Qué hace en el computador?	Revisar el correo, investigar
	¿Tiene consolas de videojuegos?	Xbox
	¿Cómo es la participación en Facebook?, ¿genera contenido o solo se dedica a opinar?	Pasiva, no genera contenido, se dedica a responder y comentar en fotos y comentarios que le hacen
	¿Publica videos en Facebook?	No
	¿Crea álbumes de fotos?	No
	Cuántos amigos tiene en Facebook	358
	Cómo clasifica sus amigos en Facebook	No hace ninguna clasificación de sus amigos, se clasifican automáticamente por la información de la universidad.
	A qué grupos pertenece en Facebook	No hace parte de ningún grupo
	¿Sigue la página de la Escuela en las Redes sociales?	No
	¿Busca en páginas de internet de periódicos información?	No
	¿Chatea en el computador?, ¿Qué programa utiliza?	Si, MSN y Facebook
¿Tiene en el computador la página de la Escuela como favorito?	Como marcador y está entre las más visitadas	

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	¿Qué celular tiene?	BlackBerry
	Qué plan de minutos y de datos tiene	Internet y correo dentro del celular y tiene plan pos pago de minutos.
	¿Qué aplicaciones utiliza en Facebook? (juegos, encuestas, eventos, notas, etc)	No utiliza ninguna aplicación
	En promedio cuánto tiempo está en Facebook durante el tiempo de observación	Durante el tiempo de observación no estuvo en Facebook
	Otras observaciones generales sobre el entorno virtual	La única información personal que comparte es el colegio donde estudió. Cambia muy poco las fotos de perfil, por ejemplo duró 3 años con la misma

Estudiante 9

Edad: 20 Años.

Nivel: 6

Carrera: Informática

### Preguntas generales

1. ¿A qué sitios le gusta salir? Cine, centros Comerciales, el Lleras.
2. ¿Con quién le gusta salir? Amigas del colegio y los de la Universidad.
3. ¿Qué le gusta hacer en estos sitios? Disfrutar películas, comerciar, conversar y compartir con los amigos
4. ¿Le gusta ir a restaurantes? ¿Qué le gusta comer? Si, hamburguesa, perro, comida "chatarra".
5. ¿Qué música le gusta escuchar? De todo pero menos reggaetón y más pop.
6. ¿Qué hobbies tiene? Hacer crucigramas.
7. ¿Practica algún deporte? ¿Cuál? ¿Dónde lo practica? No.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

## Entorno familiar:

Entrevista en profundidad:

1. ¿Cómo está constituida su familia? ¿Con quienes de ellos vive? Papá, mamá, hermana y ella y viven todos juntos.
2. ¿Cómo es la comunicación con su familia? Constante y abierta, con los 2 por igual.
3. ¿Cuánto tiempo del día dedica para comunicarse con ellos? 3 horas, en las comidas.
4. Cuando se encuentra fuera de la casa ¿se comunica con sus familiares? Si, hablan varias veces por celular.
5. ¿De qué temas acostumbra hablar con su familia? De la Universidad, de películas, programas de TV., historias cotidianas.
6. ¿Qué actividades realiza con su familia? Salir a hacer vueltas.
7. ¿Qué medios utiliza para comunicarse con ellos? Celular, teléfonos.
8. ¿Qué temas referentes a la universidad comparte con sus papás? Exámenes, cosas cotidianas de la Universidad.

Qué se esperar observar:

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
Familiar	Tiempo que invierte en comunicarse con sus padres	No es mucho pero nunca deja de comunicarse con ellos, sobre todo durante las horas de la comida.
	Trata con sus padres temas referentes a la universidad	Si, les comenta de los exámenes.
	Actividades académicas que comparte con su familia	Exámenes y clases.
	Qué otras actividades hace mientras habla con sus padres	Estar en el computador.
	Pasa tiempo con sus padres dentro o fuera del hogar, que tipo de actividades realizan juntos	Pasa tiempo dentro de la casa, está con la mamá mientras las 2 están en el computador o ven películas juntos.
	Cómo es la comunicación con sus hermanos ¿De qué temas hablan?	Seca, no se entienden mucho. La hermana no está durante la semana en la casa.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	Qué otras actividades realiza en la casa	Bañar al perro y ejercicio.
	Forma de comunicarse	Maneja un rol activo dentro de la comunicación con sus padres; es una comunicación respetuosa y fluida.
	Estilo para relacionarse (verbal, Gestual, cercano, frío o cálido)	Verbal y algunas veces una mezcla de verbal y gestual; además es muy cercano y cálido.
	¿Qué otros temas de conversación tiene con su familia?	De películas, noticias y hechos reales.
	Estilo de vida familiar (ordenados, sociables, horarios establecidos)	Son muy ordenados, tienen reglas establecidas y cumplen con horarios como el de la comida.
	Medios de comunicación que utilizan los miembros de la familia para informarse.	TV., internet.
	Promedio del tiempo que habla con la familia durante el tiempo de observación.	Durante todo el tiempo de observación tuvo una conversación con su mamá.
	Otras observaciones generales de la interacción con la familia.	

### Entorno académico

Entrevista en profundidad:

1. ¿Con qué frecuencia sube a la Universidad? Todos los días, hasta los sábados.
2. ¿Cuántas horas al día pasa en la Universidad? 6 am. – 6 pm.
3. ¿Qué medio de transporte utiliza para desplazarse a la Universidad? Busetas por peajes, a veces en moto.
4. ¿Qué hace durante su tiempo libre en la Universidad? Está en el laboratorio o jugando.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

5. ¿En qué tipo de actividades extracurriculares propuestas por la Universidad participa? Conferencias, dependiendo de la hora.
6. ¿Qué temas académicos le interesan? Tecnología, bases de datos (manejo y administración).
7. ¿Cómo se comunica con sus compañeros para un trabajo en equipo? Correo y Facebook; todo el tiempo está con ellos.
8. ¿Cómo se comunica con sus profesores cuando tiene alguna duda respecto a un trabajo o a un examen? Por correo.
9. ¿Utiliza las instalaciones de la Universidad para estudiar? Si.
10. ¿Qué opina de las siguientes afirmaciones?
  - a. “no asisto a las conferencias que ofrece la universidad porque no recibo información de éstas” En desacuerdo.
  - b. “Creo que la estrategia de enviar la información por medio de correo electrónico es la ideal para informarnos de lo que está pasando en la universidad” De acuerdo.
  - c. “Las carteleras se encuentran en zonas visibles y son de fácil acceso para los estudiantes” En desacuerdo; No todas.
  - d. “Es que la universidad no se sabe comunicar con los estudiantes” De acuerdo, podrían motivar más.

Qué se esperar observar:

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
Académico	Transporte (Actitud frente a medios disponibles, ¿está satisfecho?)	En bus, se muestra satisfecha porque es la mejor opción dada la situación de tener que pagar 4 peajes si fuera en carro. Existe otra opción pero no muestra favoritismo entre una y otra.
	Puntualidad	Es puntual, llega antes que el profesor y lo espera con el material para empezar la clase.
	Nivel de compromiso con la clase y con el estudio	Alto, aunque no toma nota está muy pendiente de la clase y sigue todo el tiempo al profesor.
	Participación en clase	Participa en clase, aporta y opina si lo quiere hacer.
	Responsabilidad con los horarios	Es muy responsable con su horario y asiste a todas las clases; acomoda sus otras actividades de acuerdo a dicho horario.
	Tiempo que dedica a estudiar en la Universidad	Realmente es poco, se ve muy influenciada por los amigos y termina conversando o haciendo otras cosas.
	¿Tiene grupo de estudio? ¿Cuántos son?	No tiene grupo de estudio fijo, lo crea de acuerdo a la materia, pero prefiere estudiar con alguien.
	Nivel de atención en la clase	Alto, no tiene ningún tipo de distracción; sigue al profesor con ejercicios y lecturas que hace.
	Cómo recoge información de la universidad, a través de qué medios	Utiliza su correo para revisar el boletín y enterarse de algún evento o noticia.
	Tipo de relación con los profesores	Respetuosa, no muy cercana, sólo se limita a hablar de temas académicos con ellos.
Forma de comunicarse con sus compañeros y profesores	Directa y activa; mantiene una buena conversación y habla de temas relacionados con lo académico principalmente.	
Estilo para relacionarse con los compañeros y profesores (verbal,	Verbal más que gestual, es cercano y cálido, refleja seguridad y confianza al hablar con ellos.	

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	Gestual, cercano, frío o cálido)	
	¿Cuánto tiempo estuvo en la universidad?	2 horas y media
	¿Qué actividades realiza en sus espacios fuera de clase?	Pasa la mayor parte del tiempo en el laboratorio.
	Promedio del tiempo que habla con sus compañeros de clase y profesores durante el tiempo de observación	Con el profesor fue muy poco; tuvo una pequeña conversación al principio de la clase para resolver una duda y con sus compañeros comentó algunas cosas referente al tema de la clase.
	¿Qué espacios de la universidad utiliza? ¿Con quiénes?	Laboratorio de configuración y desarrollo sola o con otros compañeros de clase
	Otras observaciones generales sobre el entorno académico	

### Entorno social:

Entrevista a profundidad:

1. ¿Tiene amigos en la Universidad? Si y del colegio.
2. ¿De qué otros círculos sociales hace parte? Colegio y Universidad.
3. ¿Qué hace los fines de semana por la noche? Salir a cine, ver TV., películas, rumbear.
4. ¿Cómo se comunica con sus amigos? Por Facebook y MSN.
5. ¿Qué edad tienen sus amigos? 19-22 años
6. ¿Tiene amigos en otras partes del mundo (conocido o solo por internet)? Si, en USA
7. ¿Cómo se comunica con sus amigos de otras partes del mundo? Por Facebook
8. ¿Cuántas veces a la semana se ve con sus amigos? Con las del colegio 1 vez al mes y con los de la Universidad siempre.
9. ¿Qué actividades le gusta realizar con sus amigos? Cocinar, plan de casa.
10. ¿Existe alguna relación entre sus padres y los padres de sus amigos? Con una del colegio.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA



Qué se esperar observar:

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
Social	Estilo de amigos	Muy parecidos a ella; en la Universidad todos son hombres aunque hay algunas del colegio, todos están dentro de un rango de 20 a 23 años.
	Habla con sus amigos de temas académicos	Si, comenta temas como parciales y algunas clases.
	Cómo es la conversación con sus amigos	Fluida, maneja casi siempre un rol activo dentro de la conversación.
	Comparte dentro de la Universidad con los amigos que pertenecen a la misma	Si, está todo el día con ellos, comparten los mismos espacios todo el tiempo.
	Cómo es el círculo social que maneja dentro de la Universidad	Amplio, casi todos son hombres y de la misma carrera, aunque tiene algunas amigas del colegio dentro de la Universidad.
	Dedica espacios a estar solo	Por lo general cuando está en su casa pero para salir y en la Universidad siempre lo hace con sus amigos.
	Comparte sus gustos y preferencias con sus amigos	Si los comparte, además expone sus ideas y respeta las de los demás.
	En qué tipo de círculos sociales se desenvuelve (de la universidad, del colegio, otras universidades, etc)	Universidad y colegio principalmente.
	Qué medios utiliza para comunicarse con sus amigos (celular, correo, etc)	Facebook y Messenger.
	Marcas de implementos tecnológicos, tiene plan de minutos, de datos, cuales quisieran tener	Celular: Nokia, plan de minutos, sencillo. Portátil: Toshiba Otro: IPod nano

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	Promedio del tiempo que pasa o habla con su amigos durante el tiempo de observación	Durante todo el tiempo de observación mantuvo una conversación con ellos.
	Qué tipo de actividades realiza con ellos	Salir a conversar en un centro comercial.
	Qué medios de transporte usan para desplazarse a sus actividades	Carro o bus, dado el lugar donde ella vive y no tiene carro, debe bajar a Medellín primero en bus si no puede usar el carro.
	Con qué frecuencia se comunica con sus amigos	Con los de la Universidad constantemente, 4 días por semana. Con las del colegio 2 – 3 veces por semana.
	A qué otras universidades pertenecen su amigos	Colegiatura, EAFIT, CES.
	Estilo de comunicación con sus amigos (agresivo, pasivo o asertivo)	Pasivo y asertivo.
	Estilo para relacionarse con sus amigos (verbal, Gestual, cercano, frio o cálido)	Verbal más que gestual dados los medios que utilizan. El lenguaje es muy informal.
	Otras observaciones generales sobre el entorno social	

### Entorno Redes Sociales

La mayor parte de la observación en este entorno se hará a través de Facebook, dónde las personas observadas se agregarán como amigos y se hará un seguimiento de las actividades que realicen a través de este medio.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entrevista a profundidad:

1. ¿Hace parte de alguna otra red social? Google
2. ¿Tiene amigos por internet? Si.
3. ¿Cada cuánto tiene contacto con ellos? Ocasionalmente.
4. ¿Sigue la página de la Universidad en Facebook? Si.
5. ¿Ha obtenido información importante para usted de la Universidad a través de este medio? No, más por correo.
6. ¿Para qué usa internet? Facebook, correo, jugar, ver películas.
7. ¿Cuál es la página que más visita en internet? Gmail y Youtube.
8. ¿Cada cuánto entra a la página de la Escuela? Para el sistema, 2 veces por semana.
9. ¿Influyen los medios virtuales en la programación de sus actividades diarias? Si.

Qué se espera observar:

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
Redes sociales	¿Tiene computador?, ¿Cuánto tiempo dedica a estar en él?	Si tiene y está en él todo el tiempo cuando está en la casa. Cuando está en la Universidad está siempre en el laboratorio.
	¿Qué hace en el computador?	Leer noticias, estar en Facebook, jugar.
	¿Tiene consolas de videojuegos?	No.
	¿Cómo es la participación en Facebook?, ¿genera contenido o solo se dedica a opinar?	Es pasiva, sólo se dedica a opinar y comentar en fotos, responder lo que le escriben en el muro.
	¿Publica videos en Facebook?	No.
	¿Crea álbumes de fotos?	No crea álbumes.
	Cuántos amigos tiene en Facebook	156
	Cómo clasifica sus amigos en Facebook	No tienen clasificación, sólo resalta a la hermana, el resto se clasifica por la Universidad o colegio.
	A qué grupos pertenece en Facebook	Grupos que siguen a personajes públicos y formas de pensar.
	¿Sigue la página de la Escuela en las Redes sociales?	Si.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	¿Busca en páginas de internet de periódicos información?	Si, el Tiempo, noticias tecnológicas (Enter y el Colombiano)
	¿Chatea en el computador?, ¿Qué programa utiliza?	MSN y Facebook
	¿Tiene en el computador la página de la Escuela como favorito?	No.
	¿Qué celular tiene?	Nokia sencillo
	Qué plan de minutos y de datos tiene	Tiene minutos pero no maneja ningún plan de datos; el celular no se lo permite
	¿Qué aplicaciones utiliza en Facebook? (juegos, encuestas, eventos, notas, etc)	Juegos.
	En promedio cuánto tiempo está en Facebook durante el tiempo de observación	Durante el tiempo de observación no estuvo en Facebook.
	Otras observaciones generales sobre el entorno virtual	Comparte información básica como sus correos, colegio y Universidad. No es común que cambie su foto de perfil, lo hace ocasionalmente.

Estudiante 10  
 Edad: 20 Años.  
 Nivel: 7  
 Carrera: Biomédica

### Preguntas generales

1. ¿A qué sitios le gusta salir? Cine, Cinemark, comer a J y C
2. ¿Con quién le gusta salir? Con el novio
3. ¿Qué le gusta hacer en estos sitios? Pasar tiempo juntos y distraerse
4. ¿Le gusta ir a restaurantes? ¿Qué le gusta comer? No, prefiero salir a rumbear.
5. ¿Qué música le gusta escuchar? Pop, rock, baladas y electrónica
6. ¿Qué hobbies tiene? Escuchar Música y cantar
7. ¿Practica algún deporte? ¿Cuál? ¿Dónde lo practica? No.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

## Entorno familiar:

Entrevista en profundidad:

1. ¿Cómo está constituida su familia? ¿Con quienes de ellos vive? Mamá, papá, 1 hermano y mascota; viven todos juntos.
2. ¿Cómo es la comunicación con su familia? Muy buena, existe mucha confianza entre todos.
3. ¿Cuánto tiempo del día dedica para comunicarse con ellos? Dados los horarios muchas veces les toca hablar media hora diaria pero siempre tratan que sea mínimo 1 hora.
4. Cuando se encuentra fuera de la casa ¿se comunica con sus familiares? Si, más que todo con los papás.
5. ¿De qué temas acostumbra hablar con su familia? Del estudio, problemas del día a día y vida social.
6. ¿Qué actividades realiza con su familia? Salir a comer, ver TV. asistir a reuniones familiares.
7. ¿Qué medios utiliza para comunicarse con ellos? Siempre por Celular
8. ¿Qué temas referentes a la universidad comparte con sus papás? Trabajos específicos y notas.

Qué se esperar observar:

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
Familiar	Tiempo que invierte en comunicarse con sus padres	La comunicación es en general de 1 hora o media hora
	Trata con sus padres temas referentes a la universidad	Si, habla sobre trabajos y aprovecha que su mamá es profesora para que le explique algunas cosas que tienen que ver con los trabajos
	Actividades académicas que comparte con su familia	Temas interesantes de clases o conferencias
	Qué otras actividades hace mientras habla con sus padres	Leer documentos de la Universidad, comer, ver TV.
	Pasa tiempo con sus padres dentro o fuera del hogar, que tipo de actividades realizan juntos	Le gusta compartir tanto fuera como dentro de la casa; visita los abuelos, van de compras o a comer

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	Cómo es la comunicación con sus hermanos ¿De qué temas hablan?	Tienen una muy buena relación, hablan frecuentemente y se tienen mucha confianza
	Qué otras actividades realiza en la casa	Pasa tiempo con el novio, juega con el perro, escucha música
	Forma de comunicarse	Muy educada, informal
	Estilo para relacionarse (verbal, Gestual, cercano, frío o cálido)	Verbal, cálida y cercana
	¿Qué otros temas de conversación tiene con su familia?	Historias de las amigas, de la Universidad, de los estudiantes de la mamá
	Estilo de vida familiar (ordenados, sociables, horarios establecidos)	Son ordenados, no tienen horarios establecidos por las distintas actividades que cada uno tiene
	Medios de comunicación que utilizan los miembros de la familia para informarse.	TV. y revistas
	Promedio del tiempo que habla con la familia durante el tiempo de observación.	De las 2 horas de la visita habló con el hermano y la mamá alrededor de 1 hora
	Otras observaciones generales de la interacción con la familia.	Son unidos pero se nota al papá un poco más alejado. Mucho tiempo lo comparte con el novio y la familia, éste está muy integrado.

### Entorno académico

Entrevista en profundidad:

1. ¿Con qué frecuencia sube a la Universidad? 2 veces en la semana porque también tiene clases en el CES
2. ¿Cuántas horas al día pasa en la Universidad? Máximo 6 horas

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

3. ¿Qué medio de transporte utiliza para desplazarse a la Universidad? Carro.
4. ¿Qué hace durante su tiempo libre en la Universidad? Descansar y conversar por lo general pero si hay que estudiar, lo hace.
5. ¿En qué tipo de actividades extracurriculares propuestas por la Universidad participa? ninguna.
6. ¿Qué temas académicos le interesan? Biomecánica y morfo fisiología.
7. ¿Cómo se comunica con sus compañeros para un trabajo en equipo? Se reúnen y reparten lo que les toca o por Messenger.
8. ¿Cómo se comunica con sus profesores cuando tiene alguna duda respecto a un trabajo o a un examen? Los busca a su oficina o les escribe un correo.
9. ¿Utiliza las instalaciones de la Universidad para estudiar? Si porque le toca, no porque lo vea como una opción.
10. ¿Qué opina de las siguientes afirmaciones?
  - a. “no asisto a las conferencias que ofrece la universidad porque no recibo información de éstas” En desacuerdo, recibe pero no va, depende del tema.
  - b. “Creo que la estrategia de enviar la información por medio de correo electrónico es la ideal para informarnos de lo que está pasando en la universidad” De acuerdo.
  - c. “Las carteleras se encuentran en zonas visibles y son de fácil acceso para los estudiantes” En desacuerdo.
  - d. “Es que la universidad no se sabe comunicar con los estudiantes” De acuerdo.

Qué se esperar observar:

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
Académico	Transporte (Actitud frente a medios disponibles, ¿está satisfecho?)	Tiene carro propio, transporta algunos compañeros y se muestra tranquila frente al tema; se nota que no sufre por la subida a la Universidad.
	Puntualidad	Es puntual, llega antes a la clase y dispone todo el material antes de que llegue el profesor.
	Nivel de compromiso con la clase y con el estudio	Alto, muestra interés por los temas tratados; se preocupa por tomar nota y pregunta a sus compañeros lo que no entiende
	Participación en clase	Durante el tiempo de observación no tuvo ningún tipo de participación dentro de la clase

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	Responsabilidad con los horarios	Cumple con los horarios tanto en la EIA como en el CES y acomoda sus horas de estudio de acuerdo a éstos
	Tiempo que dedica a estudiar en la Universidad	Realmente es poco prefiere hablar con sus amigos y relajarse. Durante el tiempo de observación no se dedicó a estudiar
	¿Tiene grupo de estudio? ¿Cuántos son?	Si, son 4 y son todas mujeres
	Nivel de atención en la clase	Medio- alto se interesa por entender los problemas planteados por el profesor
	Cómo recoge información de la universidad, a través de qué medios	Por el correo que le llega
	Tipo de relación con los profesores	Respetuosa, realiza reclamos y preguntas de una forma cordial; no suele ser muy cercana y sólo hablan de temas académicos
	Forma de comunicarse con sus compañeros y profesores	Clara y directa, además de respetuosa. No se muestra agresiva frente a comentarios que ellos hacen
	Estilo para relacionarse con los compañeros y profesores (verbal, Gestual, cercano, frío o cálido)	Mezcla entre verbal y gestual dependiendo de la situación. Utiliza un lenguaje cálido y cercano.
	¿Cuánto tiempo estuvo en la universidad?	4 horas para 2 clases
	¿Qué actividades realiza en sus espacios fuera de clase?	Se dedica a conversar con sus amigos y relajarse
	Promedio del tiempo que habla con sus compañeros de clase y profesores	Con su profesor es poco tiempo, 5 minutos aproximadamente. Con sus compañeros de puesto habló todo el tiempo que tuvo un espacio para hacerlo como cuando el

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA



Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	durante el tiempo de observación	profesor hacía otra cosa o recibía reclamos de otros alumnos.
	¿Qué espacios de la universidad utiliza? ¿Con quiénes?	Salones, lobby y cafetería
	Otras observaciones generales sobre el entorno académico	No es mucho el tiempo que pasa en la Universidad dada la carrera que maneja 2 ambientes académicos diferentes y sabe acomodarse bien en ambos.

### Entorno social:

Entrevista a profundidad:

1. ¿Tiene amigos en la Universidad? Si, en las 2 Universidades
2. ¿De qué otros círculos sociales hace parte? Las del Colegio, los de Soñar despiertos y de otras universidades
3. ¿Qué hace los fines de semana por la noche? Salir a comer y a cine
4. ¿Cómo se comunica con sus amigos? Messenger, Blackberry y Facebook.
5. ¿Qué edad tienen sus amigos? 19-23 años
6. ¿Tiene amigos en otras partes del mundo (conocido o solo por internet)? Si, conocidos en USA.
7. ¿Cómo se comunica con sus amigos de otras partes del mundo? Por Facebook y por Messenger
8. ¿Cuántas veces a la semana se ve con sus amigos? Todos los días con los de la universidad y 1 vez a la semana con las del colegio.
9. ¿Qué actividades le gusta realizar con sus amigos? Comer, ver películas, ir a cine, hablar.
10. ¿Existe alguna relación entre sus padres y los padres de sus amigos? Con las del colegio de toda la vida y con los de la Universidad no.

Qué se esperar observar:

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
Social	Estilo de amigos	Muy parecidos a ella en la forma de vestir proyectan ser estudiosas y comprometidas
	Habla con sus amigos de temas académicos	Si, temas como parciales, trabajos y próximos quices.
	Cómo es la conversación con sus amigos	Constante, fluida y no presenta ningún tipo de problema para comunicarse como pena o dificultad para expresar lo que piensa

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	Comparte dentro de la Universidad con los amigos que pertenecen a la misma	Si, aprovecha cualquier momento que tiene libre para hacerlo
	Cómo es el círculo social que maneja dentro de la Universidad	Amplio, aunque dedica más tiempo a hablar con mujeres que con hombres; le gusta estar rodeada de gente
	Dedica espacios a estar solo	No, le gusta estar rodeada de gente
	Comparte sus gustos y preferencias con sus amigos	Todo el tiempo, respeta las ideas y comentarios que ellos hacen
	En qué tipo de círculos sociales se desenvuelve (de la universidad, del colegio, otras universidades, etc)	De la Universidad, del colegio y de otras universidades
	Qué medios utiliza para comunicarse con sus amigos (celular, correo, etc)	A través del celular y el BlackBerry, chateando
	Marcas de implementos tecnológicos, tiene plan de minutos, de datos, cuales quisieran tener	Celular: BlackBerry Portátil: Mac No es muy tecnológica pero le interesa tener n computador bonito
	Promedio del tiempo que pasa o habla con su amigos durante el tiempo de observación	Todo el tiempo siempre y cuando tuviera el momento en clase
	Qué tipo de actividades realiza con ellos	Comer, bailar, cine es lo que más hace con ellos
	Qué medios de transporte usan para desplazarse a sus actividades	Carro propio, tiene la tranquilidad de utilizarlo y no monta en bus para verse con ellos

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	Con qué frecuencia se comunica con sus amigos	Con sus mejores amigas todos los días y hay otros con los que puede hablar 2 ó 3 veces por semana
	A qué otras universidades pertenecen su amigos	EAFIT, UPB, U. de Medellín
	Estilo de comunicación con sus amigos (agresivo, pasivo o asertivo)	Asertivo, activo y respetuoso
	Estilo para relacionarse con sus amigos (verbal, Gestual, cercano, frío o cálido)	Más gestual que verbal, cercano y muy cálido
	Otras observaciones generales sobre el entorno social	

### Entorno Redes Sociales

La mayor parte de la observación en este entorno se hará a través de Facebook, dónde las personas observadas se agregarán como amigos y se hará un seguimiento de las actividades que realicen a través de este medio.

Entrevista a profundidad:

1. ¿Hace parte de alguna otra red social? Twitter, pero es pasiva
2. ¿Tiene amigos por internet? Si, en USA.
3. ¿Cada cuánto tiene contacto con ellos? Ocasionalmente, 1 vez cada 2 meses.
4. ¿Sigue la página de la Universidad en Facebook? Si.
5. ¿Ha obtenido información importante para usted de la Universidad a través de este medio? Si, de congresos.
6. ¿Para qué usa internet? Para trabajos, redes sociales y jugar
7. ¿Cuál es la página que más visita en internet? Facebook.
8. ¿Cada cuánto entra a la página de la Escuela? 2 veces por semana al EIA digital.
9. ¿Influyen los medios virtuales en la programación de sus actividades diarias? Si y se fija mucho en los eventos en Facebook.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Qué se espera observar:

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
Redes sociales	¿Tiene computador?, ¿Cuánto tiempo dedica a estar en él?	Si, pasa 4 horas al día en él
	¿Qué hace en el computador?	Internet y juegos siempre
	¿Tiene consolas de videojuegos?	Si, Wii
	¿Cómo es la participación en Facebook?, ¿genera contenido o solo se dedica a opinar?	No genera contenido, sólo se dedica a opinar y a comentar las fotos de sus amigos. Podría decirse que juega un papel pasivo
	¿Publica videos en Facebook?	Publica pero con poca frecuencia, podría ser cada 2 meses aproximadamente 1 vez.
	¿Crea álbumes de fotos?	Si pero no es muy común que lo haga; normalmente lo hace en ocasiones especiales como cumpleaños
	Cuántos amigos tiene en Facebook	236
	Cómo clasifica sus amigos en Facebook	No tiene clasificación, sólo resalta a su hermano y a su novio dentro de las relaciones
	A qué grupos pertenece en Facebook	A 21 grupos, entre los cuales están grupos de protesta, de programas, personajes famosos y eventos sociales
	¿Sigue la página de la Escuela en las Redes sociales?	Si
	¿Busca en páginas de internet de periódicos información?	No, no le interesa
	¿Chatea en el computador?, ¿Qué programa utiliza?	Si, Messenger y el chat de Facebook
	¿Tiene en el computador la página de la Escuela como favorito?	No
	¿Qué celular tiene?	BlackBerry
	Qué plan de minutos y de datos tiene	tiene plan de minutos pos pago y full plan de datos

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	¿Qué aplicaciones utiliza en Facebook? (juegos, encuestas, eventos, notas, etc)	Frases del día y juegos
	En promedio cuánto tiempo está en Facebook durante el tiempo de observación	En la Universidad 20 minutos desde el celular y en la casa todo el tiempo que tiene prendido el computador
	Otras observaciones generales sobre el entorno virtual	Publica en Facebook información general como el correo, el estado de su relación y sus gustos en películas y series de TV.

Estudiante 11  
 Edad: 23 Años.  
 Nivel: 8  
 Carrera: Ambiental

### Preguntas generales

1. ¿A qué sitios le gusta salir? Al Tesoro, restaurantes en Sao Paulo, Lleras, la 33 y Llano grande los fines de semana
2. ¿Con quién le gusta salir? Amigos, la mamá y pareja
3. ¿Qué le gusta hacer en estos sitios? Comprar y dar vueltas, rumbear, comer y salir del ambiente de la ciudad
4. ¿Le gusta ir a restaurantes? ¿Qué le gusta comer? Si, le gusta comida peruana, mexicana y comida rápida
5. ¿Qué música le gusta escuchar? Pop, salsa, merengue, rock y electrónica
6. ¿Qué hobbies tiene? Tocar piano
7. ¿Practica algún deporte? ¿Cuál? ¿Dónde lo practica? Si, equitación y natación

### Entorno familiar:

Entrevista en profundidad:

1. ¿Cómo está constituida su familia? ¿Con quienes de ellos vive? Mamá, papá, 1 hermano. Vive con la mamá
2. ¿Cómo es la comunicación con su familia? Con la mamá es muy buena tiene mucha confianza. Con el hermano es buena pero no habla mucho por el hecho de vivir en otra ciudad y con el papá tiene una relación muy básica.
3. ¿Cuánto tiempo del día dedica para comunicarse con ellos? 2 horas diarias con la mamá y 2 horas a la semana con el papá y el hermano

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

4. Cuando se encuentra fuera de la casa ¿se comunica con sus familiares? Con la mamá se llaman y entre el papá, el hermano y él es él el que tiene que buscarlos
5. ¿De qué temas acostumbra hablar con su familia? Con la mamá y el hermano de la Universidad, de amor, de los deportes
6. ¿Qué actividades realiza con su familia? Ir a la finca 1 vez al mes con la mamá y el hermano
7. ¿Qué medios utiliza para comunicarse con ellos? Celular, mensajes de texto
8. ¿Qué temas referentes a la universidad comparte con sus papás? Notas, clases que le gustan y clases que no le gustan y el ambiente en general de la universidad

Qué se esperar observar:

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
Familiar	Tiempo que invierte en comunicarse con sus padres	Para él es importante hablar siempre con la mamá por lo que trata de hacerlo 2 horas diarias
	Trata con sus padres temas referentes a la universidad	Si, le gusta contarle sobre todo a la mamá historias de la Universidad o noticias de lo que ha pasado
	Actividades académicas que comparte con su familia	Temas de las clases que más le gustan, notas
	Qué otras actividades hace mientras habla con sus padres	Cocinar, comer y ver TV.
	Pasa tiempo con sus padres dentro o fuera del hogar, que tipo de actividades realizan juntos	Con la mamá le gusta pasar dentro y fuera del hogar y con el papá siempre es fuera y no tan frecuente
	Cómo es la comunicación con sus hermanos ¿De qué temas hablan?	Buena, no muy constante porque vive en otra ciudad pero si hay confianza
	Qué otras actividades realiza en la casa	Ver TV., ver películas, tocar piano
	Forma de comunicarse	Fluida, abierta, tranquila

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	Estilo para relacionarse (verbal, Gestual, cercano, frío o cálido)	Verbal más que gestual, cercano y cálido sobre todo con la mamá
	¿Qué otros temas de conversación tiene con su familia?	Temas de actualidad, anécdotas de lo que les pasa en el día a día
	Estilo de vida familiar (ordenados, sociables, horarios establecidos)	Ordenados, tienen horarios para almorzar. Deben ir donde los abuelos cada 2 semanas y son muy sociables
	Medios de comunicación que utilizan los miembros de la familia para informarse.	Revistas, noticieros
	Promedio del tiempo que habla con la familia durante el tiempo de observación.	1 hora con la mamá
	Otras observaciones generales de la interacción con la familia.	

### Entorno académico

Entrevista en profundidad:

1. ¿Con qué frecuencia sube a la Universidad? Todos los días
2. ¿Cuántas horas al día pasa en la Universidad? Máximo 10 horas
3. ¿Qué medio de transporte utiliza para desplazarse a la Universidad? Carro, siempre solo por la no coincidencia de horarios con otros compañeros
4. ¿Qué hace durante su tiempo libre en la Universidad? Comer, ver jugar fútbol y conversar
5. ¿En qué tipo de actividades extracurriculares propuestas por la Universidad participa? No, nunca se ha interesado por hacerlo.
6. ¿Qué temas académicos le interesan? Aguas, física y psicología
7. ¿Cómo se comunica con sus compañeros para un trabajo en equipo? Celular, correo o personalmente cuando se reúnen

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

8. ¿Cómo se comunica con sus profesores cuando tiene alguna duda respecto a un trabajo o a un examen? Correo o celular si lo dan
9. ¿Utiliza las instalaciones de la Universidad para estudiar? No, sólo si le toca.
10. ¿Qué opina de las siguientes afirmaciones?
  - a. “no asisto a las conferencias que ofrece la universidad porque no recibo información de éstas” En desacuerdo.
  - b. “Creo que la estrategia de enviar la información por medio de correo electrónico es la ideal para informarnos de lo que está pasando en la universidad” en desacuerdo, debe ser más llamativo y que los profesores les informen.
  - c. “Las carteleras se encuentran en zonas visibles y son de fácil acceso para los estudiantes” En desacuerdo.
  - d. “Es que la universidad no se sabe comunicar con los estudiantes” De acuerdo.

Qué se esperar observar:

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
Académico	Transporte (Actitud frente a medios disponibles, ¿está satisfecho?)	Está satisfecho porque tiene su propio carro, aunque tampoco le ve problema si tuviera que subirse en otro medio
	Puntualidad	Muy puntual, se interesa por llegar temprano a clase y esperar al profesor
	Nivel de compromiso con la clase y con el estudio	Alto, sigue al profesor en el ejercicio que hace y toma nota
	Participación en clase	Media, hace un par de comentarios sobre la forma de cómo se puede resolver el ejercicio
	Responsabilidad con los horarios	Alta, no le gusta faltar a ninguna clase y lo hace porque tiene una razón de peso
	Tiempo que dedica a estudiar en la Universidad	Ninguno, no le gusta prefiere aprovechar el tiempo para hablar
	¿Tiene grupo de estudio? ¿Cuántos son?	Si, más o menos 6 pero no estudian para todas las materias pues es muy difícil pro la diferencia de horarios
	Nivel de atención en la clase	Medio- alto se distrae un par de veces para revisar el celular
	Cómo recoge información de la	Siempre acude a la directora de carrera

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA



Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	universidad, a través de qué medios	
	Tipo de relación con los profesores	Lejana, pero respetuosa
	Forma de comunicarse con sus compañeros y profesores	Fluida, sobre todo con los compañeros
	Estilo para relacionarse con los compañeros y profesores (verbal, Gestual, cercano, frío o cálido)	Verbal y gestual por igual y con los compañeros muy cercano y cálido mientras que con los profesores es más frío
	¿Cuánto tiempo estuvo en la universidad?	4 horas
	¿Qué actividades realiza en sus espacios fuera de clase?	Comer, hablar con sus amigos y ver fútbol
	Promedio del tiempo que habla con sus compañeros de clase y profesores durante el tiempo de observación	Media hora porque respeta la clase y trata de no interrumpirla
	¿Qué espacios de la universidad utiliza? ¿Con quiénes?	Lobby, cafeterías, cancha, biblioteca, con los compañeros o solo
	Otras observaciones generales sobre el entorno académico	

### Entorno social:

Entrevista a profundidad:

1. ¿Tiene amigos en la Universidad? Sí, todos de ingeniería civil, otros de ingeniería ambiental
2. ¿De qué otros círculos sociales hace parte? Los de equitación, amigos de la pareja y del Colegio

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

3. ¿Qué hace los fines de semana por la noche? No rumbea muy seguido, prefiere tomar algo y conversar, ir a fincas, cine o comer
4. ¿Cómo se comunica con sus amigos? Celular, Facebook, Blackberry y personalmente.
5. ¿Qué edad tienen sus amigos? 20-24 años
6. ¿Tiene amigos en otras partes del mundo (conocido o solo por internet)? Si, conocidos en USA, Corea, España.
7. ¿Cómo se comunica con sus amigos de otras partes del mundo? Por Skype
8. ¿Cuántas veces a la semana se ve con sus amigos? 3 veces por semana
9. ¿Qué actividades le gusta realizar con sus amigos? Comer y tomarse algo.
10. ¿Existe alguna relación entre sus padres y los padres de sus amigos? Si, son conocidos y a veces conversan

Qué se espera observar:

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
Social	Estilo de amigos	Muy parecidos a él, con una forma de vestir y de hablar muy parecidas
	Habla con sus amigos de temas académicos	Si, de experiencias académicas, dificultades en la Universidad entre otros
	Cómo es la conversación con sus amigos	Alegre, fluida, abierta, y se observa en él gusto por compartir con quienes coincide en los gustos
	Comparte dentro de la Universidad con los amigos que pertenecen a la misma	Si, aunque con la mayoría los horarios no les permiten encontrarse muchas veces
	Cómo es el círculo social que maneja dentro de la Universidad	Amplio, tiene amigos en civil y en ambiental ya que en este momento está viendo algunas materias de esta carrera
	Dedica espacios a estar solo	Le gusta, pero prefiere estar acompañado
	Comparte sus gustos y preferencias con sus amigos	Todo el tiempo, respeta mucho las opiniones de los demás y no tiene problema para decir su punto de vista
	En qué tipo de círculos sociales se desenvuelve (de la universidad, del	Círculos de amigos en la Universidad, en equitación y otros deportes y los amigos del colegio

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	colegio, otras universidades, etc)	
	Qué medios utiliza para comunicarse con sus amigos (celular, correo, etc)	BlackBerry, Facebook
	Marcas de implementos tecnológicos, tiene plan de minutos, de datos, cuales quisieran tener	Celular: BlackBerry, plan bb msn, correos, Msn Hotmail Portátil: Dell Otros: IPod nano
	Promedio del tiempo que pasa o habla con su amigos durante el tiempo de observación	Media hora
	Qué tipo de actividades realiza con ellos	Ver deporte, escuchar música, conversar, ir a fincas, cine
	Qué medios de transporte usan para desplazarse a sus actividades	El carro y si van a tomar Taxi, no le importa el transporte
	Con qué frecuencia se comunica con sus amigos	A través de BlackBerry habla todos los días
	A qué otras universidades pertenecen su amigos	EAFIT, CES, UPB
	Estilo de comunicación con sus amigos (agresivo, pasivo o asertivo)	Asertivo, tranquilo
	Estilo para relacionarse con sus amigos (verbal, Gestual, cercano, frio o cálido)	Más verbal, cercano sobre todo con los amigos más cercanos

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	Otras observaciones generales sobre el entorno social	

### Entorno Redes Sociales

La mayor parte de la observación en este entorno se hará a través de Facebook, dónde las personas observadas se agregarán como amigos y se hará un seguimiento de las actividades que realicen a través de este medio.

Entrevista a profundidad:

1. ¿Hace parte de alguna otra red social? No
2. ¿Tiene amigos por internet? Si
3. ¿Cada cuánto tiene contacto con ellos? 1 vez por semana.
4. ¿Sigue la página de la Universidad en Facebook? No.
5. ¿Ha obtenido información importante para usted de la Universidad a través de este medio?
6. ¿Para qué usa internet? Facebook, trabajos, conversar con amigos.
7. ¿Cuál es la página que más visita en internet? Facebook.
8. ¿Cada cuánto entra a la página de la Escuela? Nunca.
9. ¿Influyen los medios virtuales en la programación de sus actividades diarias? No, no se fija en eso.

Qué se espera observar:

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
Redes sociales	¿Tiene computador?, ¿Cuánto tiempo dedica a estar en él?	Si, aprovecha sobre todo cuando está en la casa y puede estar conectado
	¿Qué hace en el computador?	Ver películas y series
	¿Tiene consolas de videojuegos?	No
	¿Cómo es la participación en Facebook?, ¿genera contenido o solo se dedica a opinar?	Algunas veces, no genera mucho contenido, se dedica a opinar en fotos y a responder los mensajes que le dejan
	¿Publica videos en Facebook?	No
	¿Crea álbumes de fotos?	No
	Cuántos amigos tiene en Facebook	414
	Cómo clasifica sus amigos en Facebook	No los clasifica

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	A qué grupos pertenece en Facebook	27, formas de pensar. Protestas, marcas de ropa
	¿Sigue la página de la Escuela en las Redes sociales?	No
	¿Busca en páginas de internet de periódicos información?	Si, el Colombiano y CNN noticias
	¿Chatea en el computador?, ¿Qué programa utiliza?	Si, en Facebook y Skype
	¿Tiene en el computador la página de la Escuela como favorito?	No
	¿Qué celular tiene?	
	Qué plan de minutos y de datos tiene	Tiene plan pospago de minutos y full internet
	¿Qué aplicaciones utiliza en Facebook? (juegos, encuestas, eventos, notas, etc)	Juegos antes, ya no usa ninguna
	En promedio cuánto tiempo está en Facebook durante el tiempo de observación	Entró un par de veces desde el celular a revisar notificaciones
	Otras observaciones generales sobre el entorno virtual	Comparte información como el correo, celular, intereses y el colegio y universidad a los que pertenece

Estudiante 12  
 Edad: 20 Años.  
 Nivel: 6  
 Carrera: Mecatrónica

### Preguntas generales

1. ¿A qué sitios le gusta salir? Casas de la familia, CES, Universidad
2. ¿Con quién le gusta salir? Con la familia
3. ¿Qué le gusta hacer en estos sitios? Disfrutar de juegos, investigar, experimentar
4. ¿Le gusta ir a restaurantes? ¿Qué le gusta comer? Si, Doña Rosa, le gusta la carne
5. ¿Qué música le gusta escuchar? Dubstep

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

6. ¿Qué hobbies tiene? Experimentar proyectos pequeños, jugar online
7. ¿Practica algún deporte? ¿Cuál? ¿Dónde lo practica? Gimnasio, spinning

**Entorno familiar:**

Entrevista en profundidad:

1. ¿Cómo está constituida su familia? ¿Con quienes de ellos vive? Mamá, papá, hermana y él; viven juntos.
2. ¿Cómo es la comunicación con su familia? Buena, mejor con la mamá.
3. ¿Cuánto tiempo del día dedica para comunicarse con ellos? 15 minutos al día.
4. Cuando se encuentra fuera de la casa ¿se comunica con sus familiares? Si, lo llaman generalmente
5. ¿De qué temas acostumbra hablar con su familia? De la Universidad, historias cotidianas, de proyectos y finanzas
6. ¿Qué actividades realiza con su familia? Visitar a los abuelos y pasear
7. ¿Qué medios utiliza para comunicarse con ellos? Celular
8. ¿Qué temas referentes a la universidad comparte con sus papás? Proyectos en los que está, parciales, notas.

Qué se esperar observar:

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
Familiar	Tiempo que invierte en comunicarse con sus padres	15 minutos en promedio
	Trata con sus padres temas referentes a la universidad	Si, sobre todo de los proyectos en los que le gusta participar o de los temas tratados en clase
	Actividades académicas que comparte con su familia	Habla sobre sus notas, historias de cosas que ocurren en clases o en otros espacios
	Qué otras actividades hace mientras habla con sus padres	Generalmente está conectado o trabajando en el computador o también comer
	Pasa tiempo con sus padres dentro o fuera del hogar, que tipo de actividades realizan juntos	Si, dentro y fuera porque visitan juntos algunos familiares. Hablan, descansan
	Cómo es la comunicación con sus hermanos ¿De qué temas hablan?	Es normal, hablan generalmente de la Universidad o de cosas cotidianas

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	Qué otras actividades realiza en la casa	Está todo el tiempo en el computador
	Forma de comunicarse	Tranquila, no muy efusivo
	Estilo para relacionarse (verbal, Gestual, cercano, frío o cálido)	Verbal, nada gestual es muy introvertido y se le nota mucho
	¿Qué otros temas de conversación tiene con su familia?	De historias de la vida, de la universidad, de la carrera
	Estilo de vida familiar (ordenados, sociables, horarios establecidos)	Son ordenados, tienen como costumbre reunirse todos los lunes a la hora del almuerzo y almorzar
	Medios de comunicación que utilizan los miembros de la familia para informarse.	Televisión y periódicos
	Promedio del tiempo que habla con la familia durante el tiempo de observación.	Muy poco tiempo, quince minutos aproximadamente
	Otras observaciones generales de la interacción con la familia.	Es una familia unida, pero tiene más confianza con la mamá

### Entorno académico

Entrevista en profundidad:

1. ¿Con qué frecuencia sube a la Universidad? Todos los días
2. ¿Cuántas horas al día pasa en la Universidad? 10 horas
3. ¿Qué medio de transporte utiliza para desplazarse a la Universidad? Carro, se turna con otros compañeros.
4. ¿Qué hace durante su tiempo libre en la Universidad? Va a la Biblioteca a investigar y retroalimentarse
5. ¿En qué tipo de actividades extracurriculares propuestas por la Universidad participa? Jueves institucional, semillero investigación.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

6. ¿Qué temas académicos le interesan? Robótica, materiales
7. ¿Cómo se comunica con sus compañeros para un trabajo en equipo? Es difícil la comunicación para un trabajo en equipo.
8. ¿Cómo se comunica con sus profesores cuando tiene alguna duda respecto a un trabajo o a un examen? En asesoría, en el taller o se queda con la duda
9. ¿Utiliza las instalaciones de la Universidad para estudiar? Si.
10. ¿Qué opina de las siguientes afirmaciones?
  - a. “no asisto a las conferencias que ofrece la universidad porque no recibo información de éstas” En desacuerdo.
  - b. “Creo que la estrategia de enviar la información por medio de correo electrónico es la ideal para informarnos de lo que está pasando en la universidad” De acuerdo
  - c. para los estudiantes” En desacuerdo; sólo algunas.
  - d. “Es que la universidad no se sabe comunicar con los estudiantes” Desacuerdo.

Qué se esperar observar:

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
Académico	Transporte (Actitud frente a medios disponibles, ¿está satisfecho?)	Viaja en el carro, muestra satisfacción y no dificultades con este aspecto
	Puntualidad	Puntual, llega antes que el profesor y lo espera con el material listo para empezar la clase
	Nivel de compromiso con la clase y con el estudio	Alto, se preocupa por copiar, por seguir los ejercicios que el profesor propone y resuelve en clase
	Participación en clase	Adecuada, sobre todo con la atención y disposición para dichas clases y el aprendizaje que se pueda obtener en ellas
	Responsabilidad con los horarios	Término medio, se presentan a veces elementos que se deben atender
	Tiempo que dedica a estudiar en la Universidad	Si, aprovecha los espacios entre clases para repasar o preguntar dudas que tenga de trabajos y exámenes
	¿Tiene grupo de estudio? ¿Cuántos son?	Para algunas materias, son 2 ó 3 máximo en el grupo
	Nivel de atención en la clase	Es alto, siguiendo al profesor en todo el material presentado

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA



Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	Cómo recoge información de la universidad, a través de qué medios	En la página, en el correo en el cual le llega información clave y en las carteleras
	Tipo de relación con los profesores	Es formal, respetuosa, sin dificultades para comunicarles alguna necesidad con respecto a los temas trabajados
	Forma de comunicarse con sus compañeros y profesores	Es constante, algo tímido y hablan todo el tiempo de temas referentes a las clases
	Estilo para relacionarse con los compañeros y profesores (verbal, Gestual, cercano, frío o cálido)	Su estilo es verbal y gestual en una combinación de ambos. Además es cercano y cálido al dirigirse a los otros
	¿Cuánto tiempo estuvo en la universidad?	6 horas
	¿Qué actividades realiza en sus espacios fuera de clase?	Estudiar, estar en el computador
	Promedio del tiempo que habla con sus compañeros de clase y profesores durante el tiempo de observación	Comenta todo el tiempo los temas vistos en la clase con sus compañeros, resuelve dudas y pregunta si tiene alguna
	¿Qué espacios de la universidad utiliza? ¿Con quiénes?	Salones, cafetería, biblioteca
	Otras observaciones generales sobre el entorno académico	

### Entorno social:

Entrevista a profundidad:

1. ¿Tiene amigos en la Universidad? Si, de Mecatrónica
2. ¿De qué otros círculos sociales hace parte? Colegio y Universidad

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

3. ¿Qué hace los fines de semana por la noche? Es muy casero
4. ¿Cómo se comunica con sus amigos? Por celular siempre
5. ¿Qué edad tienen sus amigos? 20-21
6. ¿Tiene amigos en otras partes del mundo (conocido o solo por internet)? Si, conocido y por internet.
7. ¿Cómo se comunica con sus amigos de otras partes del mundo? Por Facebook
8. ¿Cuántas veces a la semana se ve con sus amigos? Con los de la Universidad todos los días y con los del colegio por ahí 1 vez cada 6 meses
9. ¿Qué actividades le gusta realizar con sus amigos? Jugar online
10. ¿Existe alguna relación entre sus padres y los padres de sus amigos? Con algunos del colegio

Qué se esperar observar:

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
Social	Estilo de amigos	Con similitudes con él, como gustos, edad, sexo...
	Habla con sus amigos de temas académicos	Si, con los de la Universidad habla de las clases, de acontecimientos que quieran resaltar de lo cotidiano
	Cómo es la conversación con sus amigos	Es fluida, abierta, franca, sin dificultades
	Comparte dentro de la Universidad con los amigos que pertenecen a la misma	Si, sobre todo en aquellos momentos que disponen de descanso
	Cómo es el círculo social que maneja dentro de la Universidad	
	Dedica espacios a estar solo	Si, sobre todo en la casa, le gusta mucho
	Comparte sus gustos y preferencias con sus amigos	Si, coinciden en algunas actividades tanto de lo que les gusta hacer en la clase como fuera de ella
	En qué tipo de círculos sociales se desenvuelve (de la universidad, del colegio, otras universidades, etc)	Entre los amigos del colegio, con los cuales sigue en contacto así sea 1 vez cada 6 meses

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	Qué medios utiliza para comunicarse con sus amigos (celular, correo, etc)	Facebook, celular
	Marcas de implementos tecnológicos, tiene plan de minutos, de datos, cuales quisieran tener	Celular: LG Computador Dell Otro: tableta, quiere una
	Promedio del tiempo que pasa o habla con su amigos durante el tiempo de observación	Cuarenta o cincuenta minutos aproximadamente
	Qué tipo de actividades realiza con ellos	Estudiar, pero no le gusta muchos salir
	Qué medios de transporte usan para desplazarse a sus actividades	Carro o taxi si es necesario
	Con qué frecuencia se comunica con sus amigos	Con los de la Universidad todos los días y con los del colegio si se han ido espaciando los encuentros porque queda más difícil coincidir en días de descanso o tiempos
	A qué otras universidades pertenecen su amigos	EAFIT, UPB, U de Antioquia, Ideartes
	Estilo de comunicación con sus amigos (agresivo, pasivo o asertivo)	Pasivo y poco asertivo
	Estilo para relacionarse con sus amigos (verbal, Gestual, cercano, frio o cálido)	Más verbal, es muy introvertido
	Otras observaciones generales sobre el entorno social	

### Entorno Redes Sociales

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

La mayor parte de la observación en este entorno se hará a través de Facebook, dónde las personas observadas se agregarán como amigos y se hará un seguimiento de las actividades que realicen a través de este medio.

Entrevista a profundidad:

1. ¿Hace parte de alguna otra red social? No
2. ¿Tiene amigos por internet? Si
3. ¿Cada cuánto tiene contacto con ellos? 3 veces por semana.
4. ¿Sigue la página de la Universidad en Facebook? Si.
5. ¿Ha obtenido información importante para usted de la Universidad a través de este medio? No.
6. ¿Para qué usa internet? Jugar, Youtube, buscar, consultar, informarse
7. ¿Cuál es la página que más visita en internet? Youtube
8. ¿Cada cuánto entra a la página de la Escuela? Todos los días
9. ¿Influyen los medios virtuales en la programación de sus actividades diarias? Si.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Qué se espera observar:

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
Redes sociales	¿Tiene computador?, ¿Cuánto tiempo dedica a estar en él?	Sí, todo el tiempo que puede, sobre todo desde que esté en la casa
	¿Qué hace en el computador?	Jugar, hablar con sus amigos, investigar, indagar información
	¿Tiene consolas de videojuegos?	No, plataforma virtual online
	¿Cómo es la participación en Facebook?, ¿genera contenido o solo se dedica a opinar?	No mucho, prefiere opinar y responder lo que le escribe la gente
	¿Publica videos en Facebook?	No, links
	¿Crea álbumes de fotos?	No
	Cuántos amigos tiene en Facebook	129
	Cómo clasifica sus amigos en Facebook	No los clasifica
	A qué grupos pertenece en Facebook	5 , páginas en internet
	¿Sigue la página de la Escuela en las Redes sociales?	Si
	¿Busca en páginas de internet de periódicos información?	Si, el Colombiano
	¿Chatea en el computador?, ¿Qué programa utiliza?	Si, Facebook, msn
	¿Tiene en el computador la página de la Escuela como favorito?	No
	¿Qué celular tiene?	LG
	Qué plan de minutos y de datos tiene	No tiene plan de minutos, recarga siempre
¿Qué aplicaciones utiliza en Facebook? (juegos, encuestas, eventos, notas, etc)	Links	

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	En promedio cuánto tiempo está en Facebook durante el tiempo de observación	No entra a Facebook durante el tiempo de observación
	Otras observaciones generales sobre el entorno virtual	

Estudiante 13  
 Edad: 20 Años.  
 Nivel: 6  
 Carrera: Mecatrónica

### Preguntas generales

1. ¿A qué sitios le gusta salir? Centros comerciales como el Tesoro
2. ¿Con quién le gusta salir? Con la novia y amigos
3. ¿Qué le gusta hacer en estos sitios? Pasar el tiempo, conversar
4. ¿Le gusta ir a restaurantes? ¿Qué le gusta comer? Si, comida rápida
5. ¿Qué música le gusta escuchar? Pop, de todo
6. ¿Qué hobbies tiene? Estudiar, jugar en el PC juegos en línea
7. ¿Practica algún deporte? ¿Cuál? ¿Dónde lo practica? No, gimnasia

### Entorno familiar:

Entrevista en profundidad:

1. ¿Cómo está constituida su familia? ¿Con quienes de ellos vive? Mamá, papá, hermano y él; todos viven juntos.
2. ¿Cómo es la comunicación con su familia? Normal sobre todo con la mamá.
3. ¿Cuánto tiempo del día dedica para comunicarse con ellos? 15 – 30 minutos
4. Cuando se encuentra fuera de la casa ¿se comunica con sus familiares? Si, ellos lo llaman
5. ¿De qué temas acostumbra hablar con su familia? Chismes y anécdotas
6. ¿Qué actividades realiza con su familia? No sale con ellos
7. ¿Qué medios utiliza para comunicarse con ellos? Celular y personalmente
8. ¿Qué temas referentes a la universidad comparte con sus papás? Sobre cuándo va a terminar en la Universidad y de cómo va en ella

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Qué se esperar observar:

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
Familiar	Tiempo que invierte en comunicarse con sus padres	Muy poco, es más bien poco lo que se comunican
	Trata con sus padres temas referentes a la universidad	Sólo lo que se refiere a su rendimiento académico y al tiempo que le falta para terminar
	Actividades académicas que comparte con su familia	Pocas, pasa más tiempo con la familia de la novia
	Qué otras actividades hace mientras habla con sus padres	Está conectado a su computador, jugando o chateando; a veces comer
	Pasa tiempo con sus padres dentro o fuera del hogar, que tipo de actividades realizan juntos	No le gusta, cuando le toca alguna reunión o en ocasiones familiares especiales
	Cómo es la comunicación con sus hermanos ¿De qué temas hablan?	Normal, hablan sobre todo de anécdotas o experiencias que les suceden durante el día por ejemplo
	Qué otras actividades realiza en la casa	Está en su cuarto en el computador, pero no pasa mucho tiempo en la casa
	Forma de comunicarse	Muy concisa y precisa, poco fluida
	Estilo para relacionarse (verbal, Gestual, cercano, frío o cálido)	Verbal, refleja un poco de timidez
	¿Qué otros temas de conversación tiene con su familia?	Normalmente historias de la vida
	Estilo de vida familiar (ordenados, sociables, horarios establecidos)	Son ordenados y un poco sociables, no establecen horarios
	Medios de comunicación que utilizan los miembros	Televisión y periódicos

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	de la familia para informarse.	
	Promedio del tiempo que habla con la familia durante el tiempo de observación.	No habla con ellos, sólo se saludan y hacen preguntas básicas sobre cómo le fue en el día
	Otras observaciones generales de la interacción con la familia.	No son muy unidos, el pasa más tiempo con la familia de la novia

### Entorno académico

Entrevista en profundidad:

1. ¿Con qué frecuencia sube a la Universidad? Todos los días
2. ¿Cuántas horas al día pasa en la Universidad? 10 horas máximo
3. ¿Qué medio de transporte utiliza para desplazarse a la Universidad? En carro y bus
4. ¿Qué hace durante su tiempo libre en la Universidad? Dormir en el carro
5. ¿En qué tipo de actividades extracurriculares propuestas por la Universidad participa? Ninguna, sólo ha ido a algunas conferencias, pero nunca al jueves institucional.
6. ¿Qué temas académicos le interesan? Robótica, física, tecnologías
7. ¿Cómo se comunica con sus compañeros para un trabajo en equipo? Es pasivo, él espera que ellos aparezcan, en Blackberry, Messenger.
8. ¿Cómo se comunica con sus profesores cuando tiene alguna duda respecto a un trabajo o a un examen? Buscarlos o por correo
9. ¿Utiliza las instalaciones de la Universidad para estudiar? No
10. ¿Qué opina de las siguientes afirmaciones?
  - a. “no asisto a las conferencias que ofrece la universidad porque no recibo información de éstas” En desacuerdo, ellos si informan.
  - b. “Creo que la estrategia de enviar la información por medio de correo electrónico es la ideal para informarnos de lo que está pasando en la universidad” De acuerdo, es mejor por Facebook.
  - c. “Las carteleras se encuentran en zonas visibles y son de fácil acceso para los estudiantes” En desacuerdo; no son visibles.
  - d. “Es que la universidad no se sabe comunicar con los estudiantes” De acuerdo.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA



Qué se espera observar:

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
Académico	Transporte (Actitud frente a medios disponibles, ¿está satisfecho?)	No hay dificultad en este aspecto, se muestra satisfecho
	Puntualidad	Puntual, llega antes que el profesor y lo espera con el material listo para empezar la clase
	Nivel de compromiso con la clase y con el estudio	Alto, se preocupa por copiar y seguir los ejercicios que propone y resuelve el profesor
	Participación en clase	Media, a veces es más que otras, pero si está muy atento
	Responsabilidad con los horarios	Sí, siempre lo sigue
	Tiempo que dedica a estudiar en la Universidad	No utiliza mucho los espacios de la Universidad para estudiar
	¿Tiene grupo de estudio? ¿Cuántos son?	Si, máximo él y otra persona
	Nivel de atención en la clase	Alto, estuvo muy atento al desarrollo de la misma
	Cómo recoge información de la universidad, a través de qué medios	A través del correo
	Tipo de relación con los profesores	Muy respetuosa pero no tienen una relación establecida. Sólo se hablan para cosas académicas
	Forma de comunicarse con sus compañeros y profesores	Muy formal con los profesores e informal con sus compañeros
	Estilo para relacionarse con los compañeros y profesores (verbal, Gestual, cercano, frío o cálido)	Verbal, poco gestual, es un poco tímido

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	¿Cuánto tiempo estuvo en la universidad?	6 horas, cuatro en clase y dos en hueco
	¿Qué actividades realiza en sus espacios fuera de clase?	Estar en el computador, comer, hablar
	Promedio del tiempo que habla con sus compañeros de clase y profesores durante el tiempo de observación	En clase todo el tiempo, pregunta las dudas que tiene y le explica a algunos compañeros
	¿Qué espacios de la universidad utiliza? ¿Con quiénes?	La cafetería, laboratorios, lobby
	Otras observaciones generales sobre el entorno académico	

### Entorno social:

Entrevista a profundidad:

1. ¿Tiene amigos en la Universidad? Si, de otras carreras como administrativa, biomédica, y de la misma Mecatrónica
2. ¿De qué otros círculos sociales hace parte? Colegio y de la vida
3. ¿Qué hace los fines de semana por la noche? Salir, ir a cine, rumbear y si hay algún cumpleaños, asistir
4. ¿Cómo se comunica con sus amigos? BlackBerry y Messenger
5. ¿Qué edad tienen sus amigos? 19-21 años
6. ¿Tiene amigos en otras partes del mundo (conocido o solo por internet)? No
7. ¿Cómo se comunica con sus amigos de otras partes del mundo?
8. ¿Cuántas veces a la semana se ve con sus amigos? Casi todos los días los de la Universidad y los del colegio 1 vez por semestre
9. ¿Qué actividades le gusta realizar con sus amigos? Conversar, cine, comer, hacer planes
10. ¿Existe alguna relación entre sus padres y los padres de sus amigos?  
No

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Qué se espera observar:

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
Social	Estilo de amigos	Similares en edad y gustos, algunos de la misma carrera y otros de diversas
	Habla con sus amigos de temas académicos	Si
	Cómo es la conversación con sus amigos	Es fluida, abierta, tranquila, evidencia la confianza
	Comparte dentro de la Universidad con los amigos que pertenecen a la misma	Si y también con otros que pertenecen a otras carreras
	Cómo es el círculo social que maneja dentro de la Universidad	Amplio, tiene amigos de su carrera y de otras , principalmente por la novia
	Dedica espacios a estar solo	Prefiere estar acompañado
	Comparte sus gustos y preferencias con sus amigos	No se nota muy seguro de decir lo que piensa en algunos casos
	En qué tipo de círculos sociales se desenvuelve (de la universidad, del colegio, otras universidades, etc)	Del colegio, de la universidad, amigos de la novia
	Qué medios utiliza para comunicarse con sus amigos (celular, correo, etc)	Celular y Facebook
	Marcas de implementos tecnológicos, tiene plan de minutos, de datos, cuales quisieran tener	Celular: Blackberry Portátil: Mac Otro: no
	Promedio del tiempo que pasa o habla con su amigos durante el tiempo de observación	Todo el tiempo de observación mantuvo una conversación con ellos

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	Qué tipo de actividades realiza con ellos	Ir a centros comerciales
	Qué medios de transporte usan para desplazarse a sus actividades	El carro es una ventaja para él
	Con qué frecuencia se comunica con sus amigos	Con los de la universidad periódicamente casi que diario y con los del colegio que es más difícil es mensual o a veces más distante
	A qué otras universidades pertenecen su amigos	San Buenaventura, UPB, U. de Antioquia y U. Nacional
	Estilo de comunicación con sus amigos (agresivo, pasivo o asertivo)	Pasivo y asertivo todo el tiempo
	Estilo para relacionarse con sus amigos (verbal, Gestual, cercano, frío o cálido)	
	Otras observaciones generales sobre el entorno social	

### Entorno Redes Sociales

La mayor parte de la observación en este entorno se hará a través de Facebook, dónde las personas observadas se agregarán como amigos y se hará un seguimiento de las actividades que realicen a través de este medio.

Entrevista a profundidad:

1. ¿Hace parte de alguna otra red social? Twitter, de una manera pasiva
2. ¿Tiene amigos por internet? No
3. ¿Cada cuánto tiene contacto con ellos?
4. ¿Sigue la página de la Universidad en Facebook? Si.
5. ¿Ha obtenido información importante para usted de la Universidad a través de este medio? Si, transporte, tecnologías de comunicación y comunicados semanales.
6. ¿Para qué usa internet? Para el tránsito

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

7. ¿Cuál es la página que más visita en internet? Facebook.
8. ¿Cada cuánto entra a la página de la Escuela? 5 veces por semana
9. ¿Influyen los medios virtuales en la programación de sus actividades diarias? No

Qué se espera observar:

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
Redes sociales	¿Tiene computador?, ¿Cuánto tiempo dedica a estar en él?	Si, desde que esté conectado dedica gran parte de su tiempo a juegos y a chatear
	¿Qué hace en el computador?	Jugar, chatear, consultar
	¿Tiene consolas de videojuegos?	Si, play 2 y Wii
	¿Cómo es la participación en Facebook?, ¿genera contenido o solo se dedica a opinar?	Genera contenido, le escribe mucho a sus amigos en sus muros
	¿Publica videos en Facebook?	Si
	¿Crea álbumes de fotos?	Si pero no muchos, paseos
	Cuántos amigos tiene en Facebook	198
	Cómo clasifica sus amigos en Facebook	No los clasifica
	A qué grupos pertenece en Facebook	20, de protesta, formas de pensar, páginas en internet
	¿Sigue la página de la Escuela en las Redes sociales?	Si, le gusta buscarla para obtener información de vez en cuando
	¿Busca en páginas de internet de periódicos información?	No, blogs tecnológicos
	¿Chatea en el computador?, ¿Qué programa utiliza?	Si, MSN y Facebook
	¿Tiene en el computador la página de la Escuela como favorito?	No
	¿Qué celular tiene?	BlackBerry
Qué plan de minutos y de datos tiene	Minutos es pre-pago y de datos tiene el chat y redes sociales	

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	¿Qué aplicaciones utiliza en Facebook? (juegos, encuestas, eventos, notas, etc)	Ninguna
	En promedio cuánto tiempo está en Facebook durante el tiempo de observación	El plan de datos permite que revise Facebook desde el celular, en clase lo revisó una vez
	Otras observaciones generales sobre el entorno virtual	Comparte información como el correo, resalta su relación amorosa, gustos, y el colegio donde estudio

Estudiante 14

Edad: 20 Años.

Nivel: 4

Carrera: civil

### Preguntas generales

1. ¿A qué sitios le gusta salir? A rumbear, Strada, Lleras y a cine
2. ¿Con quién le gusta salir? Amigas del colegio
3. ¿Qué le gusta hacer en estos sitios? Rumbeo, shots y conversar
4. ¿Le gusta ir a restaurantes? ¿Qué le gusta comer? Si, con quien esté saliendo, Sushi, comida de mar y pastas
5. ¿Qué música le gusta escuchar? De todo
6. ¿Qué hobbies tiene? Ver TV., fútbol y Discovery. El deporte en general
7. ¿Practica algún deporte? ¿Cuál? ¿Dónde lo practica? Tenis todos los días

### Entorno familiar:

Entrevista en profundidad:

1. ¿Cómo está constituida su familia? ¿Con quienes de ellos vive? Mamá, papá, 2 hermanos.
2. ¿Cómo es la comunicación con su familia? Constante y buena
3. ¿Cuánto tiempo del día dedica para comunicarse con ellos? Todo el día mientras no estén ocupados.
4. Cuando se encuentra fuera de la casa ¿se comunica con sus familiares? Si, sobre todo con la hermana y todos comen juntos
5. ¿De qué temas acostumbra hablar con su familia? Cómo va la Universidad, programas, planes y se molestan unos a otros
6. ¿Qué actividades realiza con su familia? Ir a la finca, al cine, comen juntos cuando pueden

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

7. ¿Qué medios utiliza para comunicarse con ellos? Celular, en la casa, BlackBerry.
8. ¿Qué temas referentes a la universidad comparte con sus papás? Más que todo de notas.

Qué se espera observar:

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
Familiar	Tiempo que invierte en comunicarse con sus padres	Bastante, siempre que puede
	Trata con sus padres temas referentes a la universidad	Si
	Actividades académicas que comparte con su familia	No, no compartió
	Qué otras actividades hace mientras habla con sus padres	Va estudiando, en el computador o va bajando música
	Pasa tiempo con sus padres dentro o fuera del hogar, que tipo de actividades realizan juntos	Si
	Cómo es la comunicación con sus hermanos ¿De qué temas hablan?	Es buena, sobre todo con la hermana; hablan de lo que les pasa en la Universidad o de planes
	Qué otras actividades realiza en la casa	Estudia sola, escucha música o baja música del computador o hace pereza.
	Forma de comunicarse	Muy informal
	Estilo para relacionarse (verbal, Gestual, cercano, frío o cálido)	Verbal más que gestual, el estilo es un poco frío
	¿Qué otros temas de conversación tiene con su familia?	Cómo va en la Universidad, películas, programas de televisión

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	Estilo de vida familiar (ordenados, sociables, horarios establecidos)	No tienen unos horarios fijos por las ocupaciones de unos y otros. Tratan de compartir cuando coinciden
	Medios de comunicación que utilizan los miembros de la familia para informarse.	Ven noticias, en el Periódico El Tiempo y en revistas
	Promedio del tiempo que habla con la familia durante el tiempo de observación.	Una hora aproximadamente
	Otras observaciones generales de la interacción con la familia.	Son unidos, tiene más confianza con la mamá

### Entorno académico

Entrevista en profundidad:

1. ¿Con qué frecuencia sube a la Universidad? Todos los días
2. ¿Cuántas horas al día pasa en la Universidad? Completo, máximo 3 clases al día, no tiene huecos. No estudia en la Universidad por el frío, los lugares según ella no son acogedores
3. ¿Qué medio de transporte utiliza para desplazarse a la Universidad? El carro, se turna.
4. ¿Qué hace durante su tiempo libre en la Universidad? Estar en la cafetería, no conferencias
5. ¿En qué tipo de actividades extracurriculares propuestas por la Universidad participa? Entrenamiento de fútbol.
6. ¿Qué temas académicos le interesan? Suelos, información geográfica, construcciones modernas, actualidad y avances
7. ¿Cómo se comunica con sus compañeros para un trabajo en equipo? Se reparten, se llaman o por Facebook o Blackberry.
8. ¿Cómo se comunica con sus profesores cuando tiene alguna duda respecto a un trabajo o a un examen? No pregunta a los profesores, pregunta a los compañeros y aclara dudas con ellos.
9. ¿Utiliza las instalaciones de la Universidad para estudiar? No, no le parecen acogedoras y prefiere la casa.
10. ¿Qué opina de las siguientes afirmaciones?

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA



- a. “no asisto a las conferencias que ofrece la universidad porque no recibo información de éstas” En desacuerdo, si se entera.
- b. “Creo que la estrategia de enviar la información por medio de correo electrónico es la ideal para informarnos de lo que está pasando en la universidad” en Desacuerdo, no se ve la información en el celular.
- c. “Las carteleras se encuentran en zonas visibles y son de fácil acceso para los estudiantes” de acuerdo; las busca.
- d. “Es que la universidad no se sabe comunicar con los estudiantes” De acuerdo, se debe mejorar visibilidad de los correos

Qué se esperar observar:

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
Académico	Transporte (Actitud frente a medios disponibles, ¿está satisfecho?)	Como se turna con el carro, no tiene dificultades en esto y evidencia satisfacción
	Puntualidad	Llega más tarde que sus compañeros pero antes que empiece la clase
	Nivel de compromiso con la clase y con el estudio	Medio,
	Participación en clase	No participa en la clase
	Responsabilidad con los horarios	Es media, algunas veces le da pereza ir a clase, pero la mayoría de las veces va
	Tiempo que dedica a estudiar en la Universidad	No le gusta, considera que hace mucho frio y los espacios no son apropiados
	¿Tiene grupo de estudio? ¿Cuántos son?	Si tiene, son máximo seis, dependiendo de la materia
	Nivel de atención en la clase	Medio, algunas veces se concentraba en el tema pero otras veces se ponía a conversar con sus amigos
	Cómo recoge información de la universidad, a través de qué medios	Busca las carteleras
	Tipo de relación con los profesores	Respetuosa y poca, prefiere hablar con los compañeros que con ellos

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	Forma de comunicarse con sus compañeros y profesores	Informal, se nota un poco tímida con los profesores,
	Estilo para relacionarse con los compañeros y profesores (verbal, Gestual, cercano, frío o cálido)	Verbal y nada gestual tiende a ser muy frío
	¿Cuánto tiempo estuvo en la universidad?	2 horas, sólo para la clase
	¿Qué actividades realiza en sus espacios fuera de clase?	Estar en la zona de la cafetería , comer y conversar
	Promedio del tiempo que habla con sus compañeros de clase y profesores durante el tiempo de observación	Con los compañeros de clase todo el tiempo, para preguntar y conversar de otras cosas
	¿Qué espacios de la universidad utiliza? ¿Con quiénes?	Cafetería principalmente y el lobby
	Otras observaciones generales sobre el entorno académico	

### Entorno social:

#### Entrevista a profundidad:

1. ¿Tiene amigos en la Universidad? Si, después del primer semestre
2. ¿De qué otros círculos sociales hace parte? Amigas del Colegio, de fútbol y las hijas de los amigos de los papás
3. ¿Qué hace los fines de semana por la noche? Ir al cine conversar
4. ¿Cómo se comunica con sus amigos? Celular, Facebook, BB, Twitter.
5. ¿Qué edad tienen sus amigos? 17 – 22 años
6. ¿Tiene amigos en otras partes del mundo (conocido o solo por internet)? Si, amigas del colegio que se fueron.
7. ¿Cómo se comunica con sus amigos de otras partes del mundo? Por Facebook y Twitter

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

8. ¿Cuántas veces a la semana se ve con sus amigos? Con las de la Universidad todos los días y con las del colegio en épocas 2 veces a la semana y algunas veces ninguna.
9. ¿Qué actividades le gusta realizar con sus amigos? Compartir el cine, hablar, jugar
10. ¿Existe alguna relación entre sus padres y los padres de sus amigos? Se conocen todos.

Qué se espera observar:

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
Social	Estilo de amigos	Muy parecidos a ella, en la forma de vestir, de hablar, etc.
	Habla con sus amigos de temas académicos	Con los de otras universidades no, algunas veces hacen comparaciones
	Cómo es la conversación con sus amigos	Haciendo ejercicios, se ayudan
	Comparte dentro de la Universidad con los amigos que pertenecen a la misma	No
	Cómo es el círculo social que maneja dentro de la Universidad	De todas las carreras, la mayoría son de igual estrato socio-económico
	Dedica espacios a estar solo	Si, a estudiar. Le encanta estar sola
	Comparte sus gustos y preferencias con sus amigos	Si, salen a las mismas partes, excepto el fútbol no le gusta a todos sus amigos o amigas
	En qué tipo de círculos sociales se desenvuelve (de la universidad, del colegio, otras universidades, etc)	Hijos de los amigos de los papás, amigas del colegio
	Qué medios utiliza para comunicarse con sus amigos (celular, correo, etc)	Celular casi siempre

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	Marcas de implementos tecnológicos, tiene plan de minutos, de datos, cuales quisieran tener	BB: chat, correo Min: no sabe Le gustaría un iPhone
	Promedio del tiempo que pasa o habla con su amigos durante el tiempo de observación	Todo el tiempo, mantiene una conversación constante
	Qué tipo de actividades realiza con ellos	De todo, estudia y sale
	Qué medios de transporte usan para desplazarse a sus actividades	Algunas veces amigos hombres la recogen o amigas en su carro o en el de ella, pero no le gusta taxi
	Con qué frecuencia se comunica con sus amigos	Todo el tiempo por el BlackBerry
	A qué otras universidades pertenecen su amigos	EAFIT, UPB, CES
	Estilo de comunicación con sus amigos (agresivo, pasivo o asertivo)	Asertivo, casi siempre pasivo
	Estilo para relacionarse con sus amigos (verbal, Gestual, cercano, frio o cálido)	Es muy cercano
	Otras observaciones generales sobre el entorno social	

### Entorno Redes Sociales

La mayor parte de la observación en este entorno se hará a través de Facebook, dónde las personas observadas se agregarán como amigos y se hará un seguimiento de las actividades que realicen a través de este medio.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entrevista a profundidad:

1. ¿Hace parte de alguna otra red social? Twitter, Facebook
2. ¿Tiene amigos por internet? Si, las amigas que se fueron.
3. ¿Cada cuánto tiene contacto con ellos? Con algunas 1 vez por semana y con otras cada 2 ó 3 meses.
4. ¿Sigue la página de la Universidad en Facebook? No, no sabe que existe.
5. ¿Ha obtenido información importante para usted de la Universidad a través de este medio? No, los diplomados y lo del Jueves institucional se ha enterado por el correo.
6. ¿Para qué usa internet? Twitter, Facebook, noticias y temas de interés, para el diccionario o traductor
7. ¿Cuál es la página que más visita en internet? Google y Facebook.
8. ¿Cada cuánto entra a la página de la Escuela? Para moodle y en la digital solamente
9. ¿Influyen los medios virtuales en la programación de sus actividades diarias? Si, moodle.

Qué se espera observar:

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
Redes sociales	¿Tiene computador?, ¿Cuánto tiempo dedica a estar en él?	Si, el que esté en la casa, para hacer tareas o escuchar música, todo el día con intervalos
	¿Qué hace en el computador?	Baja música, chatea, consulta
	¿Tiene consolas de videojuegos?	Wii del hermano
	¿Cómo es la participación en Facebook?, ¿genera contenido o solo se dedica a opinar?	Es más bien pasiva, no genera contenidos se reduce a ver videos, fotos, o a jugar
	¿Publica videos en Facebook?	No
	¿Crea álbumes de fotos?	Si, actualiza constantemente el álbum de fotos del celular
	Cuántos amigos tiene en Facebook	Pocas veces, pero si lo ha hecho
	Cómo clasifica sus amigos en Facebook	No los clasifica
	A qué grupos pertenece en Facebook	6, de deportistas famosos

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Entornos	Aspecto a observar	Anotaciones
	¿Sigue la página de la Escuela en las Redes sociales?	No
	¿Busca en páginas de internet de periódicos información?	No, no le interesa
	¿Chatea en el computador?, ¿Qué programa utiliza?	Si, el chat de Facebook principalmente
	¿Tiene en el computador la página de la Escuela como favorito?	No
	¿Qué celular tiene?	BlackBerry
	¿Qué plan de minutos y de datos tiene?	Plan de minutos postpago y plan de datos full internet
	¿Qué aplicaciones utiliza en Facebook? (juegos, encuestas, eventos, notas, etc)	Juega mucho
	En promedio cuánto tiempo está en Facebook durante el tiempo de observación	Todo el tiempo está pendiente de las actualizaciones desde su celular
	Otras observaciones generales sobre el entorno virtual	

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

## ANEXO 4: Instrumento de Observación, entrevista a profundidad y registros Benchmarking por universidad

### Guía de observación

Aspectos a observar	Anotaciones
¿Cómo es el entorno dónde publican la información?	
¿Qué tipo de información se publica en estos espacios?	
En promedio cuántas personas pasaron por el sitio dónde publican la información y cuantas se detuvieron a leerla	
¿La información que está en las carteleras puede encontrarse también a través de su página de internet?	
¿Qué tipo de decoración tienen los espacios donde publican la información?	
¿Qué lenguaje usan para publicar la información?	
¿Hay espacios para que los estudiantes publiquen algún tipo de información como clasificados?	
¿Clasifican las carteleras o mezclan la información y la publican en la misma?	
¿Hay alguien repartiendo volantes? ¿De qué tipo?	
¿Qué información se transmite en sitios masivos como las cafeterías, biblioteca, laboratorios?	
¿Se publica información en los salones?	
¿En las oficinas de los profesores hay información para estudiantes?	
¿Hay información para promover actividades extracurriculares organizadas por la universidad?	
En qué espacio se concentra la mayor cantidad de estudiantes, ¿Hay espacios para publicar información?	
¿Cómo es la página de internet?	
¿Hay fácil acceso a información publicada?	

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Aspectos a observar	Anotaciones
¿La información de la página de internet está actualizada?	
¿Usan el papel tapiz y salvapantallas de los computadores para informar?	
Otras observaciones	

### Entrevista a profundidad

1. ¿Cuál es la estrategia actual de comunicación con los estudiantes de pregrado?
2. ¿Cuál considera que es el objetivo de la comunicación con los estudiantes?
3. ¿Qué medios usan?
4. ¿Qué tipo de información le transmite la universidad a los estudiantes?
5. ¿Existe alguna segmentación según el medio y el tipo de información que se quiere transmitir? ¿Si la hay, como lograron esa segmentación?
6. ¿Tienen métodos para medir la efectividad de los medios y que impacto tienen en los estudiantes?
7. ¿Cómo cree usted que influye la comunicación en la relación entre la Universidad y sus estudiantes de pregrado?
8. ¿Cree usted que el desarrollo tecnológico de la universidad influye en el proceso de comunicación?, ¿De qué forma?
9. ¿Cree usted que hay cosas por mejorar en la estrategia de comunicación que se está aplicando actualmente?, ¿Cuáles son?, ¿Cómo cree que se podrían mejorar?
10. ¿Podría describir el proceso completo del manejo de la información, es decir, desde el cómo la obtienen hasta que los estudiantes la reciben?
11. ¿Están desarrollando actualmente o planean implementar más adelante algún proyecto que influya en el proceso de comunicación con los estudiantes de pregrado?
12. ¿Cuánto tiempo lleva en este cargo y que ha cambiado desde el momento en el que usted llegó hasta ahora?

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA



13. ¿Cree usted que la Universidad podría implementar el uso de algún medio que no está usando actualmente?
14. ¿Cómo está conformada el área de comunicaciones?
15. ¿Dónde está el área de comunicaciones dentro de la Universidad (organigrama)?, ¿Tiene relaciones directas con otras áreas de la institución?

UNIVERSIDAD EAFIT

GUIA DE OBSERVACION BENCHMARKING	
Guía de Observación	
Universidad: EAFIT	
Fecha: 8 septiembre	Hora: 3:00 pm
Aspectos a observar	Anotaciones
¿Cómo es el entorno donde publican la información?	Es un espacio abierto, donde se junta la gente a hablar, comer, jugar cartas, estudiar y socializar en general. Hay una cartelera ubicada en un punto central, donde pasan las personas y cerca de donde se sientan, tiene vista desde todos los ángulos. Está dividida por categorías: institucional académica, grupos estudiantiles, una sin título y un mapa/plano de la universidad. Además promueven campañas para el buen desarrollo de la vida en comunidad como por ejemplo del uso del cigarrillo dentro del espacio. hay un televisor
¿Qué tipo de información se publica en estos espacios?	Eventos, conferencias dentro y fuera de la universidad, información de las carreras para nuevos estudiantes o estudiantes que quieran hacer otra carrera. Hay carteles promoviendo una campaña de ética estudiantil
En promedio cuántas personas pasaron por el sitio dónde se publican la información y cuantas se detuvieron a leerla.	30 personas, ninguna se detuvo a leerla
¿La información que está en las carteleras puede encontrarse también a través de su página de internet?	Si, la información está siendo actualizada regularmente
¿Qué tipo de decoración tiene los espacios donde publican la información?	Decoración sobria, con la letra y colores distintivos de la universidad y con un vidrio protector.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

GUIA DE OBSERVACION BENCHMARKING	
Guía de Observación	
Universidad: EAFIT	
Fecha: 8 septiembre	Hora: 3:00 pm
Aspectos a observar	Anotaciones
¿Qué lenguaje usan para publicar la información?	el lenguaje es retador, busca invitar y atraer, es sobrio para eventos más formales y más dinámico y juvenil para eventos dirigidos a gente más joven y para actividades culturales
¿Hay espacios para que los estudiantes publiquen algún tipo de información como clasificada?	En la página de internet. Ofrezco-necesito en un lugar cerca del cafeterías
¿Clasifican las carteleras? ¿O mezclan la información y la publican en la misma?	está dividida por categorías: institucional, académicas y grupos estudiantiles
¿Hay alguien repartiendo volantes? ¿De qué tipo?	si, para el congreso de mercadeo
¿Qué información se transmite en sitios masivos como las cafeterías, biblioteca, laboratorios?	Congresos, simposios, charlas, conciertos, talleres, festivales, concursos.
¿Se publica información en los salones?	no, solo letreros de no fumar ni comer y salidas de emergencia
¿En las oficinas de los profesores hay información para estudiantes?	no, aunque algunos pegan en la puerta información de algún evento relacionado con ellos
¿Hay información para promover actividades extracurriculares organizadas por la universidad?	si, para promover actividades organizadas o apoyadas por la universidad

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

GUIA DE OBSERVACION BENCHMARKING	
Guía de Observación	
Universidad: EAFIT	
Fecha: 8 septiembre	Hora: 3:00 pm
Aspectos a observar	Anotaciones
En qué espacio se concentra la mayor cantidad de estudiantes, ¿Hay espacios para publicar la información?	en las cafeterías y en la biblioteca
¿Cómo es la página de internet?	Muy llamativa y fácil de usar para cualquier persona que pertenezca a la universidad o no
¿Hay fácil acceso a la información publicada?	Para los estudiantes hay un acceso directo a esta información
¿La información de la página de internet está actualizada?	Si, para eventos culturales y académicos la actualizan semanalmente
¿Usan el papel tapiz y salvapantallas de los computadores para informar?	papel tapiz si, salvapantallas no
Otras observaciones	

### Entrevista a profundidad

#### ¿Cuál es la estrategia actual de comunicación con los estudiantes de pregrado?

Estamos hablando de estrategia de comunicación como de divulgación, ¿cierto? Como ese canal para comunicarnos con ellos. Les cuento que con los estudiantes se maneja un medio que hace parte de un sistema de medios institucionales, el medio es muy nuevo, es relativamente nuevo porque salió como en abril o mayo de este año, precisamente porque nos habíamos dado cuenta que teníamos un montón de medios pero que no había uno pensado específicamente para ellos. Entonces en abril o mayo presentamos lo que nosotros denominamos el canal de estudiantes, este canal de estudiantes está dirigido a alumnos de pregrado y posgrado y la idea es que ellos conozcan más de Eafit, además participen más, esa era la promesa, más información, más

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

participación porque también hay un componente que ya les voy a explicar fuerte en redes sociales y así se comprometen más con la universidad. Es un canal que no es simplemente darles a conocer las decisiones institucionales.

El canal de estudiantes tiene 6 canales o secciones, entonces en la u ellos encuentran como generalidades de la universidad, entonces si tú eres un estudiante y un primo tuyo te pregunta q pregrados hay en Eafit, entonces se meten a pregrados y les decimos en un lenguaje como para ellos como aplicar a un pregrado, que hace la universidad en investigación, es como un resumencito de esa página web grande que tiene la universidad e intentamos hacer el llamado desde un lenguaje más sencillo obviamente cuando vos le das ampliar esa información ya te lleva a la página web grande de la universidad

Segunda sección es el espacio bienestar universitario, acá en la universidad pues no solamente se viene a formar uno académicamente, sino que es el lugar donde vos permaneces muchísimo tiempo entonces acá les contamos todos esos servicios de bienestar que ellos tienen, que hay unos grupos estudiantiles, ofertas de desarrollo artístico, deportes, orientación profesional entonces les mencionamos algunos de esos servicios que pueden ser de mayor interés para ellos.

El ágora, como su nombre lo dice es el lugar donde se supone que uno se reúne como a compartir ideas, entonces aquí ponemos las estrategias redes sociales como Facebook, Twitter. Es una estrategia que se llama yo propongo es decir que ellos den propuesta para el mejoramiento de la universidad, no solamente se quejen sino también las soluciones y clasificados puede ser comerciales.

En el tablero es una sección que apenas estamos trabajando, la idea es que ellos publiquen ahí sus trabajos para una materia y poderlos compartir con los estudiantes.

Y esta es la zona más grande que es la zona de noticias, en esta tenemos varias secciones, tenemos una noticia institucional, entonces les publicamos noticias de la universidad. Tenemos una zona de investigación e innovación, tenemos una zona de empresarismo, una de internacionalización, una sección de cultura, otra de deportes, de temas de actualidad para ellos y una de opinión.

Lo importante en estas informaciones es que ellos se vean mucho los protagonistas de estas noticias, cosas que tuvieron en investigación o la empresa que montaron, los viajes que ellos hacen, los intercambios.

El canal tiene varios medios de salida: 1. El sitio web, 2. Un news letter quincenal que llega a todos los correos electrónicos de todos los estudiantes que hace como un resumen de esta información, con ellos se hicieron entrevistas a profundidad y lo primero que dijeron era que el medio no fuera impreso, que fuera muy interactivo que se vieran mucho ellos, que puedan opinar, participar. En web

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

y redes sociales las actualizaciones son permanentes, hay también una agenda, galería de fotos, ofertas laborales para los estudiantes de posgrado, información de Icetex, etc.

Los otros medios que tienen los estudiantes para enterarse de lo que pasa en la universidad es la misma página de la universidad, en esta también tenemos una agencia de noticias y acá también encuentran los eventos, los programas, admisiones.

También se pueden enterar a través de lo que aquí denominamos los correos del sistema mercurio, estos correos son solo para las dependencias interesadas, es decir si se desea solo para ciencias políticas el sistema se encarga de separar, es un correo dirigido, los filtros son por carreras, por sexo, por promedio académico y por semestre.

Cada uno de estos medios tiene unas políticas definidas que la universidad determina

Entonces hablamos de mercurio, obviamente las carteleras y los puntos de información aunque parezca un medio sencillo no deja de ser menos importante para la organización, en el campus también hay unas pantallas que son como carteleras virtuales

### **¿Cuántas carteleras tienen en toda la universidad?**

Tenemos 20 contando los puntos de información. Hay unas institucionales que son 4 de vidrio y unas normales que ustedes ven en los bloques, unas que van en las zonas de movilización de tránsito, las de cada carrera ya las maneja cada departamento académico

### **¿Hay alguna forma de vigilar que ellos revisen los correos?**

Desconoces eso, sabemos que el medio tiene mucha aceptación a la hora de mandar, que lo lean o no desconecemos. Si medimos en algún momento carteleras pero igual hay una retroalimentación

Nosotros como departamento vamos a empezar un proceso de gestión por procesos y eso implica indicadores, para la acreditación de la universidad.

### **¿Cuál considera que es el objetivo de la comunicación con los estudiantes?**

El mismo objetivo que tiene el canal de estudiantes es decir que ellos realmente tenga la oportunidad de saber qué hace y que está pasando en la universidad, es un objetivo informativo pero que también les permita participar más, que ellos también lean lo que les gusta, que sean los protagonistas.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

**¿Cómo cree usted que influye la comunicación en la relación entre la universidad y sus estudiantes de pregrado? ¿Crees que es importante?**

Yo sé que la respuesta es obvia, y una comunicación no sería posible en muchas dinámicas, en todos los sentidos, en todas las dependencias de la universidad es fundamental, el soporte más importante para que esa relación entre institución y estudiantes ya sea de pregrado o posgrado se mantenga.

**Cuando ahorita nos decías en la parte del canal de estudiantes, donde ellos pueden proponer ideas ¿cómo les ha ido con eso?**

No todavía no, nos han llegado como 3 o 4 propuestas, el canal apenas está en su posicionamiento, pero nos falta hacer una campaña como de conocimiento, pero todavía no tiene gran dinamismo, la más dinámica han sido los estudiantes y las redes sociales, el crecimiento ha sido en cuestión de un año.

**¿Cuántas personas tienen en el grupo?**

Paso de 1500 a 7300 seguidores en Twitter y de 900 a 3871 en Facebook

**¿Cree usted que el desarrollo tecnológico de la universidad influye en el proceso de comunicación? ¿De qué forma?**

Fundamental, esos medios que yo les mostré a ustedes la acogida es vital, la conectividad de la universidad. Sin el soporte técnico sería imposible hacer todo eso

**¿Cree usted que hay cosas por mejorar en la estrategia de comunicación que se está aplicando actualmente?, ¿Cuáles son?, ¿Cómo cree que se podrían mejorar?**

Si, la principal es el conocimiento del canal, creemos que es una estrategia principalmente en el tema de la divulgación. Siempre vamos a estar para mejorar entonces nosotros movemos cositas hacemos actualizaciones, la principal ahora es el conocimiento del canal

**¿Podría describir el proceso completo del manejo de la información, es decir, desde él como la obtienen hasta él como la reciben?**

Depende del canal, digamos el canal de estudiantes. Tenemos un consejo de redacción, donde hay personal del área de información y prensa pero además hay dos representantes de pregrado y uno de posgrados y ahí llevamos los temas que se nos ocurren o nos lleva la gente tanto como estudiantes, profesores etc. Evaluamos las propuestas y decidimos cuales se van a publicar y luego va el proceso de asignación de tema.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

El canal de estudiantes tiene unos contenidos audiovisuales, para él tiene el centro multimedia que depende de la escuela de ciencias humanidades, entonces con ellos decimos estos son videos, galerías de fotos que distribuimos y asignamos los temas, los editamos y salen al aire en los canales digitales.

**¿Están desarrollando actualmente o planean implementar más adelante algún proyecto que influya en el proceso de comunicación con los estudiantes de pregrado?**

Estamos trabajando en las versiones móviles, versiones para BlackBerry de esos canales. Y muy atentos a escuchar las inquietudes de los estudiantes.

Los correos mercurio que llegan al celular son imágenes o texto.

**¿Cuánto tiempo lleva en este cargo y que ha cambiado desde el momento en el que usted llegó hasta ahora?**

Hace 3 años y medio más o menos en el área de información y prensa, yo era periodista. Se manejaba los boletines de prensa, una página web, había una intranet para empleado, sacábamos medios impresos y por supuestos las carteleras y mercurio

Hemos cambiado todo el portal de la página web, la intranet dejó de ser solo de documentos para ser una agencia de noticias internas, se creó el canal de estudiantes, el canal de egresados, se creó la agencia de noticias, los boletines se abolieron, se creó una agenda virtual, pusimos pantallas comerciales, mejoramos las carteleras, era una persona ahora somos 6

**¿Cree usted que la universidad podría implementar el uso de algún medio que no está usando actualmente?**

Lo que te dije como ahorita de las versiones móviles. Ya como que tenemos cubierto a todo el público de la universidad. Es más como mejorar esos que ya están. Hay un proyecto nuevo que sale ya ahorita que es una revista científica.

La agencia de noticias es donde nos comunicamos con periodistas locales y nacionales y hacemos cubrimientos

Esta el somos que es un boletincito impreso bimensual que pertenece para los empleados docentes y jubilados.

La revista eafitense, el 80% es hacia afuera y el 20% actual, pero es una revista de proyección, es apta para los estudiantes si ellos quieren recibirla se inscriben en nuestra bases de datos

**¿Cómo está conformada el área de comunicaciones?**

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA



Hay una jefatura, que depende directamente de la rectoría. Muchos procesos pasan por acá, si hay que hacer un evento, una divulgación etc.

Esta el área de la proyección cultural que maneja la agenda, de los cineclub, los conciertos, es la proyección cultural de la universidad, pero por ejemplo los grupos artísticos los maneja bienestar universitario

Esta el área sociocultural, el área de eventos académicos, deportivos, lúdicos y es súper dinámico

Esta el área de diseño que tiene que ver con el departamento de comunicación y cultura y es la encargada de diseñar todas esas publicaciones ya sea impresas o digitales, se encargan del tema de las campañas institucionales

Hay una asistente que trabaja el desarrollo visual que trabaja muy de la mano con el área de diseño

Y por último está el área de información y prensa, que somos los encargados de dar a conocer la información de la universidad, la divulgación y la relación con la prensa para que Eafit sea noticia y hacemos el desarrollo de los planes de comunicación y los apoyamos

**¿Dónde está el área de comunicaciones dentro de la universidad? ¿Tiene relaciones directas con otras áreas de la institución?**

Es totalmente transversal a las otras dependencias de las universidades, tanto académicas como administrativas y depende totalmente de la rectoría.

Fotos (Fecha de captura 8 de septiembre de 2011)



Ilustración 27: Punto de Información EAFIT

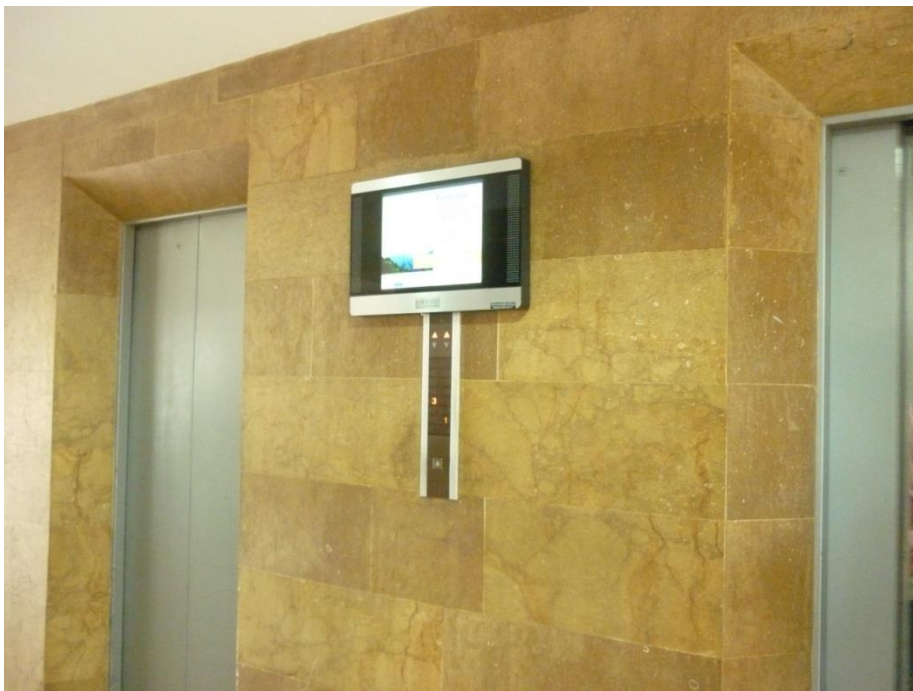


Ilustración 28: Punto de Información EAFIT 2

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA



**Ilustración 29: Cartelera de clasificados de los corredores**



**Ilustración 30: Pantalla informativa EAFIT**

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA

GUIA DE OBSERVACIÓN	
BENCHMARKING	
Guía de Observación	
Universidad: UPB	
Fecha: 9 septiembre	Hora: 7:31 am
Aspectos a observar	Anotaciones
¿Cómo es el entorno donde publican la información?	Es un espacio abierto, donde se concentra la mayor cantidad de población y se reúnen a estudiar, comer y socializar
¿Qué tipo de información se publica en estos espacios?	Para las carteleras: no hay flujo de personas alrededor de ellas, están muy escondidas. Para las pantallas: están donde se concentra la mayor cantidad de gente, tiene buena ubicación
En promedio cuántas personas pasaron por el sitio dónde se publican la información y cuántas se detuvieron a leerla.	Para las carteleras: no hay flujo de personas alrededor de ellas, están muy escondidas.
¿La información que está en las carteleras puede encontrarse también a través de su página de internet?	Alguna, principalmente la académica
¿Qué tipo de decoración tiene los espacios donde publican la información?	La única decoración es un título promoviendo el sentido de pertenencia, está escondida, parece descuidada, no tiene un orden definido, los carteles y anuncios no están protegidos
¿Qué lenguaje usan para publicar la información?	Es un lenguaje cercano, como "entre amigos", incluso la mayoría de anuncios los hacen los mismos alumnos, son hojas de computador

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

GUIA DE OBSERVACIÓN	
BENCHMARKING	
Guía de Observación	
Universidad: UPB	
Fecha: 9 septiembre	Hora: 7:31 am
Aspectos a observar	Anotaciones
¿Hay espacios para que los estudiantes publiquen algún tipo de información como clasificada?	En la zona de comidas las carteleras solo tienen ese tipo de información, es muy poca la información de eventos
¿Clasifican las carteleras? ¿O mezclan la información y la publican en la misma?	En zonas comunes no, toda la información está mezclada, además se ve que cualquiera la puede pegar
¿Hay alguien repartiendo volantes? ¿De qué tipo?	No
¿Qué información se transmite en sitios masivos como las cafeterías, biblioteca, laboratorios?	Está en el canal institucional donde presentan campañas y promueven el sentido de pertenencia
¿Se publica información en los salones?	No
¿En las oficinas de los profesores hay información para estudiantes?	posters con información de eventos, ferias y otros sobre las puertas
¿Hay información para promover actividades extracurriculares organizadas por la universidad?,(Ubicación, lenguaje que maneja, extensidad)	Si, a la entrada de la librería y en otros bloques
En qué espacio se concentra la mayor cantidad de estudiantes, ¿Hay espacios para publicar la información?	Cada facultad tiene sus propias carteleras

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

GUIA DE OBSERVACIÓN	
BENCHMARKING	
Guía de Observación	
Universidad: UPB	
Fecha: 9 septiembre	Hora: 7:31 am
Aspectos a observar	Anotaciones
¿Cómo es la página de internet?	Amigable, fácil de entender tanto para las personas que hacen parte de la Universidad como para los visitantes
¿Hay fácil acceso a la información publicada?	Si, fácilmente a toda la plataforma web IMAGO
¿La información de la página de internet está actualizada?	Si
¿Usan el papel tapiz y salvapantallas de los computadores para informar?	Solamente de sentido de pertenencia y eventos muy especiales
Otras observaciones	Las carteleras están a cargo de cada decanatura, sin embargo la información que se publica no tiene ningún tipo de restricción, se ve que cualquier persona se puede acercar y pegar algún cartel.

### Entrevista a profundidad

#### ¿Cuál es la estrategia actual de comunicación con los estudiantes de pregrado?

IMAGO: periódico institucional artículos de la universidad

Antes existía el topo, enfocado a parte deportiva solo de los estudiantes de comunicación

Imago web: boletín electrónico que sale cada lunes.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

### **¿Qué medios usan?**

Canal institucional: desde el centro de producción audiovisual

Facebook: perfil imago

Twitter: cuenta oficial de la universidad

### **¿Tienen métodos para medir la efectividad de los medios y que impacto tienen en los estudiantes?**

Informal.

### **Fotos (Tomadas el 9 de septiembre de 2011)**



**Ilustración 31: Cartelera de una cafetería UPB**

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA



**Ilustración 32: Pantallas Centro de comidas UPB**



**Ilustración 33: Pasaje cerca a los stands de comidas UPB**

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA





**Ilustración 34: Cartelera cerca de Bienestar Universitario UPB**

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

UNIVERSIDAD CES

GUIA DE OBSERVACION BENCHMARKING	
Guía de Observación	
Universidad: CES	
Fecha: 16 septiembre	Hora: 4:07 pm
Aspectos a observar	Anotaciones
¿Cómo es el entorno donde publican la información?	Es un espacio abierto, las carteleras están ubicadas en el primer piso a lo largo de todo el bloque, a la entrada de la universidad hay un biombo. Es de fácil acceso y el sitio donde están ubicadas las carteleras es donde más se reúnen los estudiantes.
¿Qué tipo de información se publica en estos espacios?	Cursos, simposios, información de otras universidades, actividades culturales, información de bienestar universitario
En promedio cuántas personas pasaron por el sitio dónde se publican la información y cuantas se detuvieron a leerla.	Todos los estudiantes deben pasar por las carteleras, sin embargo durante el tiempo de observación 1-2 personas se acercaron a leer
¿La información que está en las carteleras puede encontrarse también a través de su página de internet?	No toda, eventos culturales en menor medida, pero la información de las actividades académicas se puede encontrar allí
¿Qué tipo de decoración tiene el espacio donde publican la información?	Son sobrias, solo tiene un titulo y están es muy buen estado
¿Qué lenguaje usan para publicar la información?	Depende del evento, son muy precisos en la información y la mayoría usan un lenguaje formal

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

GUIA DE OBSERVACION BENCHMARKING	
Guía de Observación	
Universidad: CES	
Fecha: 16 septiembre	Hora: 4:07 pm
Aspectos a observar	Anotaciones
¿Hay espacios para que los estudiantes publiquen algún tipo de información como clasificada?	Sí, hay 3 carteleras con el título clasificados, donde cualquiera puede acercarse a publicar la información
¿Clasifican las carteleras? ¿O mezclan la información y la publican en las mismas?	Hay una cartelera para eventos y otras para clasificados, pero los eventos no los separan
¿Hay alguien repartiendo volantes? ¿De qué tipo?	No
¿Qué información se transmite en sitios masivos como las cafeterías, biblioteca, laboratorios?	Toda la información para estudiantes se publica en estos sitios, en la biblioteca es más fácil la información cultural
¿Se publica información en los salones?	No
¿En las oficinas de los profesores hay información para estudiantes?	No
¿Hay información para promover actividades extracurriculares organizadas por la universidad?	Si y por otras universidades
En qué espacio se concentra la mayor cantidad de estudiantes, ¿Hay espacios para publicar la información?	En la plazoleta y los corredores que rodean las cafeterías
¿Cómo es la página de internet?	Amigable para cualquier persona que la visite
¿Hay fácil acceso a la información publicada?	Si

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

GUIA DE OBSERVACION BENCHMARKING	
Guía de Observación	
Universidad: CES	
Fecha: 16 septiembre	Hora: 4:07 pm
Aspectos a observar	Anotaciones
¿La información de la página de internet está actualizada?	Si, la actualizan semanalmente
¿Usan el papel tapiz y salvapantallas de los computadores para informar?	No, solo tienen el logo
Otras observaciones	

### Entrevista a profundidad

#### ¿Cuál es la estrategia actual de comunicación con los estudiantes de pregrado?

Las Facultades por lo general manejan una comunicación uno a uno. Actualmente no tenemos un medio específico para estudiantes. Llegamos a ellos por medio de carteleras informativas, de los TV de cafeterías, por la extranet, por el boletín PrensaCES, la página, el boletín Enlaces que es para toda la comunidad universitaria y por las redes sociales: Twitter y Facebook

#### ¿Cuál considera que es el objetivo de la comunicación con los estudiantes?

En el CES es convocar a todo tipo de eventos que realiza la Universidad para lograr su participación. En otros casos también es concientizar cuando realizamos campañas educativas.

#### ¿Qué medios usan?

Boletín institucional EnlaCES (impreso e institucional)

Mensajes y convocatorias en Extranet

PrensaCES (electrónico, dos veces por semana)

Twitter y Facebook

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Carteleras internas

Televisores Internos de cafeterías

Pendones y vallas ubicadas dentro de la Universidad

**¿Qué tipo de información les transmite la universidad a los estudiantes?**

Todos los eventos académicos y de extensión, bienestar Universitario, campañas sociales y de comportamiento; nuevas noticias y novedades de la institución como tal.

**¿Existe alguna segmentación según el medio y el tipo de información que se quiere transmitir? ¿Si la hay, como lograron esa segmentación?**

No aún no. Hemos intentado hacer un boletín electrónico por facultad, pero muy pocas lo tienen. Aproximadamente 2 de 10

**¿Tienen métodos para medir la efectividad de los medios y que impacto tienen en los estudiantes?**

En realidad aún no hemos hecho este estudio. En Mercadeo sí hicieron un estudio parecido y creo que el resultado que les arrojó es que les interesan más los medios electrónicos.

**¿Cómo cree usted que influye la comunicación en la relación entre la Universidad y sus estudiantes de pregrado?**

En realidad no sé. Aún no tengo ese alcance pero como en todo, tenemos campañas de publicidad más exitosas que otras. Lo otro que pienso particularmente como comunicadora y observadora permanente es que a veces lograr la atención de los estudiantes de pregrado es muy complejo por medio de medios masivos. Creo que funciona más una comunicación directa, uno a uno.

**¿Cree usted que el desarrollo tecnológico de la universidad influye en el proceso de comunicación? ¿De qué forma?**

Sí claro. Considero que a mayor desarrollo tecnológico más oportunidades de procesos comunicativos existen, y se optimizan más. Pueden ser más efectivos siempre y cuando se mezclen con los procesos comunicativos que no necesariamente sean tecnológicos, sino tradicionales. Esa mezcla es importante.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

**¿Cree usted que hay cosas por mejorar en la estrategia de comunicación que se está aplicando actualmente?, ¿Cuáles son?, ¿Cómo cree que se podrían mejorar?**

Uf! Mucho. Me encantaría tener un gran proyecto comunicativo, como una red interna sólo para estudiantes de pregrado, o una aplicación para Smartphone. Solo que a veces debemos funcionar en la medida de las capacidades, tanto económicas como de colaboradores y tal vez en un futuro no muy lejano podemos aplicarla.

**¿Podría describir el proceso completo del manejo de la información, es decir, desde el cómo la obtienen hasta que los estudiantes la reciben?**

Desde comunicaciones generamos muchas piezas publicitarias solicitadas por las facultades y por el área de mercadeo, ellos son quienes se encargan de entregar la información. También generamos la información periodística que la entregamos directamente a los estudiantes por la extranet.

**¿Están desarrollando actualmente o planean implementar más adelante algún proyecto que influya en el proceso de comunicación con los estudiantes de pregrado?**

Nos encantaría trabajar un medio de comunicación exclusivamente para ellos.

**¿Cuánto tiempo lleva en este cargo y que ha cambiado desde el momento en el que usted llegó hasta ahora?**

Estoy desde junio de 2009. Lo que ha cambiado sobretodo es el look de algunos boletines (virtual y físico), hemos creado plantillas para eventos en donde está el check list paso a paso, ha mejorado el tiempo de entrega de los publicistas, hemos tenido más protagonismo en free press.

**¿Cree usted que la Universidad podría implementar el uso de algún medio que no está usando actualmente?**

Sí claro. Las pantallas internas por ejemplo.

**¿Cómo está conformada el área de comunicaciones?**

3 publicistas, un web máster, un practicante de comunicaciones, la asistente de comunicaciones y yo (comunicadora social con maestría en administración).

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

**¿Dónde está el área de comunicaciones dentro de la Universidad (organigrama)?, ¿Tiene relaciones directas con otras áreas de la institución?**

Directamente depende de la Rectoría. Tiene relaciones directas con todas las áreas de la institución. Tenemos un papel transversal.

Fotos (Tomadas el 16 de septiembre de 2011)



Ilustración 35: Biombo entrada Universidad CES

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA





Ilustración 36: Cartelera clasificados CES



Ilustración 37: Cartelera eventos CES

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA



Ilustración 38: Pantallas en cafetería CES



Ilustración 39: Campaña sentido de pertenencia CES

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

UNIVERSIDAD NACIONAL

GUIA DE OBSERVACION BENCHMARKING	
Guía de Observación	
Universidad: Nacional	
Fecha: 16 septiembre	Hora: 2:53 pm
Aspectos a observar	Anotaciones
¿Cómo es el entorno donde publican la información?	Es un espacio abierto, generalmente en sitios de alta circulación como la entrada a parqueaderos, los primeros pisos en todos los bloques, cerca a las escaleras, en las cafeterías. Aunque existen carteleras, la información es pegada en sitios como paredes y columnas sin ningún tipo de orden, se ve que no hay ningún control
¿Qué tipo de información se publica en estos espacios?	Por parte de la institución se publican más que todo eventos culturales de la universidad, de la ciudad y de otras universidades, también se puede encontrar información referente a eventos académicos y de bienestar universitario
En promedio cuántas personas pasaron por el sitio dónde se publican la información y cuantas se detuvieron a leerla.	En promedio 100 personas y son pocas las que se detuvieron a leerla
¿La información que está en las carteleras puede encontrarse también a través de su página de internet?	
¿Qué tipo de decoración tiene los espacios donde publican la información?	La decoración es sobria, solo tiene el logo de la universidad y un título: Bitácora/información general
¿Qué lenguaje usan para publicar la información?	Depende del evento, pero la mayoría manejan un lenguaje informal

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

GUIA DE OBSERVACION BENCHMARKING	
Guía de Observación	
Universidad: Nacional	
Fecha: 16 septiembre	Hora: 2:53 pm
Aspectos a observar	Anotaciones
¿Hay espacios para que los estudiantes publiquen algún tipo de información como clasificada?	No hay espacios determinados para este tipo de información pero los estudiantes utilizan las paredes y las columnas para publicarlo, se ve que esta información es de interés porque varios se han acercado a leerlo y han arrancado los papelitos con el número de teléfono
¿Clasifican las carteleras? ¿O mezclan la información y la publican en la misma?	Mezclan la información, no hay ningún tipo de clasificación
¿Hay alguien repartiendo volantes? ¿De qué tipo?	No
¿Qué información se transmite en sitios masivos como las cafeterías, biblioteca, laboratorios?	información de eventos culturales, clasificados, conferencias, eventos académicos, mensajes revolucionarios y de expresión
¿Se publica información en los salones?	No
¿En las oficinas de los profesores hay información para estudiantes?	Algunos ponen en la entrada y en las puertas de las oficinas
¿Hay información para promover actividades extracurriculares organizadas por la universidad?,(Ubicación, lenguaje que maneja, extensidad)	Si
En qué espacio se concentra la mayor cantidad de estudiantes,	En la cafetería central y sus alrededores, además por todas las zonas verdes disponibles

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

GUIA DE OBSERVACION BENCHMARKING	
Guía de Observación	
Universidad: Nacional	
Fecha: 16 septiembre	Hora: 2:53 pm
Aspectos a observar	Anotaciones
¿Hay espacios para publicar la información?	
¿Cómo es la página de internet?	
¿Hay fácil acceso a la información publicada?	
¿La información de la página de internet está actualizada?	
¿Usan los papeles tapiz y salvapantallas de los computadores para informar?	No, el fondo de escritorio solo tiene el logo de la universidad y frases alusivas a la institución
Otras observaciones	

### Entrevista a profundidad

#### ¿Cuál es la estrategia actual de comunicación con los estudiantes de pregrado?

Los estudiantes, tanto de pregrado como de posgrado, son uno de nuestros estamentos y públicos internos de interés, y se consideran como tales, desde el momento de su matrícula en la institución hasta el día de recepción de su respectivo diploma.

La estrategia se basa en la utilización de los medios de comunicación existentes para contribuir con el logro de sus objetivos en el rol como estudiantes de la institución.

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

### **¿Cuál considera que es el objetivo de la comunicación con los estudiantes?**

Ofrecer la información suficiente para que las actividades relacionadas con su condición de estudiantes dentro de la institución sean efectivas y permitan lograr los objetivos individuales y colectivos de este estamento. Para esto deben recibir información veraz, pertinente y oportuna de los servicios académicos, de bienestar y de los procesos de gestión que los involucran.

### **¿Qué medios usan?**

Página web, Intranet, carteleras, correo institucional, boletín interno semanal (versión electrónica), programa informativo de T.V., circulares, comunicados, etc.

### **¿Qué tipo de información les transmite la universidad a los estudiantes?**

De manera general, puede clasificarse en:

Académica: programas académicos

De bienestar: servicios, beneficios, cursos, capacitaciones

Eventos: culturales, académicos, deportivos, recreativos (interno y externos

Administrativa: disposiciones administrativas que les afectan, cambios en el grupo directivo, etc.

### **¿Existe alguna segmentación según el medio y el tipo de información que se quiere transmitir? ¿Si la hay, como lograron esa segmentación?**

Desde el sistema de pos máster o correo institucional, puede enviarse la información por programas académicos. En los demás medios es poco efectiva esa clasificación.

### **¿Tienen métodos para medir la efectividad de los medios y que impacto tienen en los estudiantes?**

Recientemente se aplicó una encuesta de percepción de los medios de comunicación de la Sede que arrojó importantes datos.

### **¿Cómo cree usted que influye la comunicación en la relación entre la Universidad y sus estudiantes de pregrado?**

A partir de la comunicación oficial de la Universidad con sus estudiantes se influye en las percepciones de estos en torno a la institución, sus directivas, servicios, calidad, etc. Sin embargo, la comunicación no es sólo la oficial, sino que existen otra serie de medios y canales informales de comunicación que

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

pueden mejorar o empeorar esa percepción y que es difícil controlar desde esta dependencia.

**¿Cree usted que el desarrollo tecnológico de la universidad influye en el proceso de comunicación? ¿De qué forma?**

Completamente, la plataforma de correos electrónicos, el soporte en términos de capacidad de banda ancha, seguridad en el sistema de correos y página web, es insuficiente y afecta el uso y capacidad de los medios con que contamos. Por ejemplo, nuestra estrategia en redes sociales no ha podido implementarse correctamente por restricciones relativa a la capacidad de banda.

**¿Cree usted que hay cosas por mejorar en la estrategia de comunicación que se está aplicando actualmente?, ¿Cuáles son?, ¿Cómo cree que se podrían mejorar?**

Todo es susceptible de mejorar. Actualmente estamos convencidos de la necesidad de segmentar los públicos y definir más claramente los medios y los mensajes pues hemos emitido información de manera indiscriminada hacia la comunidad universitaria viéndola como un público homogéneo y no lo es.

**¿Podría describir el proceso completo del manejo de la información, es decir, desde el cómo la obtienen hasta que los estudiantes la reciben?**

Se recolecta la información a través de contactos en las Facultades o dependencias y a través de los Comités primarios y Consejos de Redacción.

Se define el público objetivo, se construye el mensaje y se define a través de qué medio se transmite.

Se emite el mensaje a través del medio seleccionado.

Se verifica el envío

**¿Están desarrollando actualmente o planean implementar más adelante algún proyecto que influya en el proceso de comunicación con los estudiantes de pregrado?**

Sí, estamos estructurando la estrategia de comunicación en redes sociales y una estrategia de trabajo sobre grafitis con eventos académicos y recreativos.

**¿Cuánto tiempo lleva en este cargo y que ha cambiado desde el momento en el que usted llegó hasta ahora?**

Llevo dos años y medio y se han logrado importantes avances:

Creación del área corporativa

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

Formulación de posproyectos de inversión: Archivo de la dependencia y Sistema de comunicaciones

Implementación del Sistema de Calidad en la Dependencia

Reestructuración de la Oficina

**¿Cree usted que la Universidad podría implementar el uso de algún medio que no está usando actualmente?**

Sí, estamos en el proceso de implementación de la Red interna de Televisión y la estrategia en redes sociales.

**¿Cómo está conformada el área de comunicaciones?**

Está integrada por 20 personas, distribuidas en estas áreas.

Jefatura

Radio

Televisión

Prensa

Corporativa

**¿Dónde está el área de comunicaciones dentro de la Universidad (organigrama)?, ¿Tiene relaciones directas con otras áreas de la institución?**

En el nivel directivo y se relaciona con todas las dependencias administrativas del nivel central y con las Facultades.



Fotos (Tomadas el 16 de septiembre de 2011)



Ilustración 40: Bitácora Información Universidad Nacional



Ilustración 41: Cartelera de bloque Universidad Nacional

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA



**Ilustración 42: Cafetería Universidad Nacional**



**Ilustración 43: Corredores Universidad Nacional**

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

## ANEXO 5: Campaña “ATREVERSE A PENSAR” Universidad EAFIT



Ilustración 44: Campaña "ATREVERSE A PENSAR" 1



Ilustración 45: Campaña "ATREVERSE A PENSAR" 2

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

## ANEXO 6: Espacios para reubicar las carteleras



Ilustración 46: Paradero de Buses EIA



Ilustración 47: Cafetería EIA

La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA



**Ilustración 48: Microondas cafetería EIA**



**Ilustración 49: Salas de estudio**

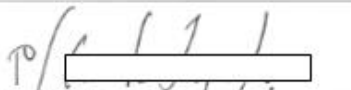
La información presentada en este documento es de exclusiva responsabilidad del autor y no compromete a la EIA

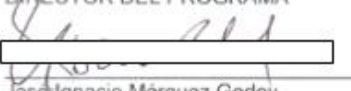



ESCUELA DE INGENIERÍA DE ANTIOQUIA

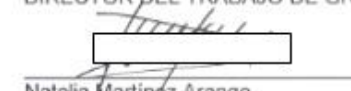
ACTA DE EVALUACIÓN FINAL DE TRABAJO DE GRADO

Fecha: (dd/mm/aa)	24/11/2011						
Nombre del proyecto:	Estrategia de comunicación interna con los estudiantes. Caso: Escuela de Ingeniería de Antioquia						
Director del proyecto:	Andrea Peláez Martínez						
	<table border="1"> <tr> <td>Nombre del estudiante</td> <td>Programa académico</td> </tr> <tr> <td>Arango Mejía Sara María</td> <td>Ingeniería Administrativa</td> </tr> <tr> <td>Pérez Vélez Miguel</td> <td>Ingeniería Administrativa</td> </tr> </table>	Nombre del estudiante	Programa académico	Arango Mejía Sara María	Ingeniería Administrativa	Pérez Vélez Miguel	Ingeniería Administrativa
Nombre del estudiante	Programa académico						
Arango Mejía Sara María	Ingeniería Administrativa						
Pérez Vélez Miguel	Ingeniería Administrativa						
Nombre del Jurado:	José Ignacio Márquez Godoy Natalia Martínez Arango						
<b>Evaluación del proyecto:</b>							
<input type="checkbox"/> No aprobado <input checked="" type="checkbox"/> Aprobado							
Espacio exclusivo para jurado							
<input checked="" type="checkbox"/> Mención Pública <input type="checkbox"/> Mención honorífica <input type="checkbox"/> Trabajo laureado							
<b>Justificación del reconocimiento:</b> (Artículo 28 del Acuerdo 11: "El director del Programa presentará el acta final de evaluación al Consejo Académico, donde consta la solicitud de mención especial debidamente justificada y el Consejo determinará si se otorga o no")							

  
 \_\_\_\_\_  
 Jorge Esteban Mesías  
 DIRECTOR DEL PROGRAMA

  
 \_\_\_\_\_  
 José Ignacio Márquez Godoy  
 JURADO 1

  
 \_\_\_\_\_  
 Andrea Peláez Martínez  
 DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO

  
 \_\_\_\_\_  
 Natalia Martínez Arango  
 JURADO 2