

LA SINERGIA ENTRE LAS TIC Y LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL
EN DIEZ PYMES DEL SECTOR DE SERVICIOS

DEYSI SOFÍA RAMÍREZ BOLÍVAR

UNIVERSIDAD EAN
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES
LENGUAS MODERNAS
BOGOTÁ, D.C.
2012

LA SINERGIA ENTRE LAS TIC Y LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL
EN DIEZ PYMES DEL SECTOR DE SERVICIOS

DEYSI SOFÍA RAMÍREZ BOLÍVAR

Monografía para optar por el título de Profesional en Lenguas Modernas

TUTOR

HUGO ORDOÑEZ MANTILLA

Mg. Educación

UNIVERSIDAD EAN

FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

LENGUAS MODERNAS

BOGOTÁ, D.C.

2012

ACEPTACIÓN

TUTOR:

JURADO 1:

JURADO 2:

DEDICATORIA

Principalmente a mis padres Sofía y Vicente que me enseñaron que el éxito es la única meta por lograr y quienes fueron un gran apoyo durante este largo camino poniendo toda su confianza en mí para que lograra alcanzar las metas que me he propuesto hasta hoy.

A mi hermana Cindy quien ha sido mi apoyo incondicional, por caminar cogida de mi mano siempre y en todo momento, por su cariño, por ser mi amiga y mi cómplice.

A toda mi gran familia, en especial mi tío Mauricio por enseñarme que debo trabajar cada día por alcanzar las metas que me propongo, por creer en mí y demostrarme que siempre hay algo por que luchar.

A Julián, mi gran amigo por su compañía, apoyo y por enseñarme a vivir apasionadamente cada minuto de mi existencia.

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer principalmente a Dios, por darme la vida y llenarme de tantas bendiciones, como la de poder llevar a cabo los proyectos que me he propuesto. A mi Virgencita María quien ha sido mi guía durante este arduo camino.

A mi tutor Hugo Ordoñez, por el grado de colaboración y por ser de gran ayuda durante este proyecto.

A todas aquellas personas que de una u otra forma contribuyeron y me brindaron su apoyo en la elaboración de este trabajo.

“La Excelencia no es privilegio del superdotado, sino del auténtico ser humano que se ha comprometido con la vida”

Miguel Angel Cornejo

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN.....	9
INTRODUCCIÓN.....	10
JUSTIFICACIÓN.....	12
ANTECEDENTES.....	14
1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	18
2. OBJETIVOS.....	19
2.1. OBJETIVO GENERAL.....	19
2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	19
MARCO TEÓRICO.....	20
3. LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL.....	22
4. ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LAS TIC.....	24
5. DEFINICIÓN DE TIC.....	25
6. TIC EN EL MUNDO.....	26
6.1. TIC EN COLOMBIA.....	28
MARCO LEGAL DE LAS TIC EN COLOMBIA: LEY 1341 DE 2009.....	28
6.2. TIC Y COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL.....	29
DISEÑO METODOLÓGICO.....	32
7. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	32
7.1. POBLACION Y MUESTRA.....	32

7.2. MÉTODO Y TÉCNICA.....	33
7.3. INSTRUMENTOS	34
7.4. RESULTADOS/PRODUCTOS ESPERADOS Y POTENCIALES BENEFICIARIOS	34
8. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	35
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	43
REFERENCIAS	45
ANEXOS.....	48
ANEXO 1. ENCUESTA	48
ANEXO 2. ENTREVISTA	49
ANEXO 3. PERFIL DE LOS EMPRESARIOS QUE HICIERON PARTE DE LA MUESTRA	50
ANEXO 4. CLASIFICACIÓN DE LAS PYMES EN COLOMBIA	51
ANEXO 5. CARACTERIZACIÓN DE LAS PYMES	52
ANEXO 6. CLAUSULA DE CONFIDENCIALIDAD	53
ANEXO 7. LICENCIA DE USO – AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES	54

LISTA DE FIGURAS

Gráfico N°1. Proceso de comunicación interpersonal en el ambiente digital.

Gráfico No. 2 Grado de conocimiento de las TIC.

Gráfico No.3 Importancias de la sinergia entre TIC y comunicación.

Gráfico No. 4 Herramienta tecnológica de comunicación.

Gráfico No. 5 Efectividad del uso de herramientas tecnológicas para la comunicación.

Gráfico No. 6 Grado de conocimiento de comunicación organizacional.

Gráfico No. 7 Importancia de la implementación de competencias de comunicación organizacional y TIC en las empresas.

Gráfico No. 8 Contribución del desarrollo de las TIC en el mejoramiento de la comunicación dentro de una organización.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como principal objetivo analizar de qué forma los empresarios de las PYMES colombianas utilizan las herramientas de las TIC para desarrollar competencias de comunicación organizacional. Para ello se realizó primero un análisis teórico en todo lo referente a las TIC y la comunicación organizacional: conceptos, teorías, etc. Entre los principales conceptos tenidos en cuenta para el desarrollo del presente trabajo de investigación se incluyeron las TIC, su historia y desarrollo en los últimos años y la comunicación organizacional como factor clave en la productividad y eficiencia de las organizaciones.

Posteriormente se realizó un trabajo de campo tomando como muestra diez empresarios de PYMES colombianas, específicamente de Bogotá a los cuales se les realizó una encuesta y una entrevista. El tipo de investigación utilizado para el desarrollo del presente trabajo fue descriptivo y cuantitativo.

Finalmente en base al análisis de resultados del trabajo de campo la investigadora llegó a dar respuesta a sus objetivos planteados al inicio del presente trabajo de investigación.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo analizar de qué forma las TIC pueden contribuir para que dentro de las PYMES colombianas, específicamente en Bogotá se desarrollen competencias de comunicación organizacional.

En la introducción se hace un acercamiento al lector respecto al tema del uso de las TIC en el desarrollo de competencias de comunicación organizacional en las PYMES colombianas. A continuación en la justificación, se explican las razones que llevaron al autor del proyecto a realizar la investigación desde diferente puntos de vista: académico, empresarial, etc. En los antecedentes se podrán encontrar algunos de los trabajos y documentos encontrados por el investigador y que están relacionados con el tema central del trabajo. En el problema de investigación se formula la pregunta de que deberá ser resuelta al final del documento. Posteriormente el lector podrá encontrar los objetivos los cuales direccionaran el tema del trabajo. En el marco teórico se encontraran todas aquellas teorías referentes a las TIC, las PYMES y la comunicación organizacional. En la metodología se encontraran explicados tanto el tipo de investigación como el estudio escogidos para analizar la muestra, en este caso diez PYMES de la ciudad de Bogotá. Posteriormente se encontraran

los resultados del estudio y su respectivo análisis. Finalmente se pueden encontrar en el documento las recomendaciones.

JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo de monografía es la opción que se escogió para la investigación, ya que desde esta alternativa se puede poner en práctica los conocimientos obtenidos a lo largo de la carrera, aplicando los mismos en un contexto empresarial real.

Entre los conocimientos obtenidos se encuentran la comunicación organizacional y las TIC, dos temas muy significativos desarrollados a lo largo de la carrera que han causado gran interés por parte de la investigadora, ya que día a día son más importantes para el mundo empresarial.

Dentro de las actividades diarias al interior de las empresas la comunicación organizacional juega un papel clave en el desarrollo de las mismas pues es precisamente a través de ella que los empresarios y directivos hacen llegar sus mensajes a sus colaboradores, de una buena o mala comunicación dependerá en gran medida el éxito de la empresa en el mercado. Por otro lado en la actualidad la implementación de las nuevas tecnologías ha sido un factor que cada vez cobra mayor importancia y ha abarcado todas las actividades humanas. Desde las actividades académicas hasta las empresariales cada día se hace un uso mayor de dichas herramientas. En el caso de las TIC no es la excepción. Hoy en día y gracias al modelo de la globalización el mundo se ha convertido en una gran plaza a la que tienen

acceso aquellas organizaciones y empresas que quieren ofrecer sus servicios o productos a sus clientes.

Por esta razón se escogieron diez PYMES del sector de servicios de Bogotá, ya que las PYMES son modelo de organización que se han convertido en las últimas décadas en ejemplo de productividad y desarrollo es por esto que se consideró la mejor opción para analizar de qué forma las TIC pueden contribuir a la creación de competencias de comunicación organizacional.

ANTECEDENTES

En las últimas tres décadas y debido al modelo globalizado que se ha implementado en todo el mundo, las TIC (tecnologías de la información y la comunicación) se han convertido en un factor importante en el desarrollo de las actividades de las organizaciones y empresas a nivel mundial. De esta forma se puede hablar de conceptos como teleconferencias, chat virtuales, ventas online, etc. En el caso de los empresarios, en base a las exigencias propias de la sociedad actual se han dado a la tarea de implementar estrategias que permitan relacionar las TIC con la comunicación organizacional al interior de sus organizaciones con el único objetivo de obtener los máximos estándares de productividad dentro de sus respectivos negocios. Al hablar de los empresarios de las PYMES colombianas es necesario analizar de qué forma con la implementación de estrategias logran poner en interacción las TIC con la comunicación organizacional para lograr altos niveles de productividad.

En el desarrollo del presente trabajo de investigación se encontraron entre otros los siguientes trabajos y documentos relacionados con el tema de las TIC y la comunicación organizacional:

Ramos, C. (2004) en su trabajo “Datos y control más que conocimiento y colaboración: las TICS en la empresa chilena”, realiza una investigación en 200 empresas manufactureras y de servicios, medianas y grandes, se

concluye que las empresas chilenas están privilegiando usos tradicionales de las tecnologías de la información y comunicación (TIC), como instrumentos de apoyo a la toma de decisiones y como medio de control, y hacen escaso uso de ellas para el desarrollo de la reflexividad, el aprendizaje organizacional y la gestión del conocimiento, que constituyen usos “avanzados”.

Yaskelly, Y. (2005), en su trabajo “Impacto de las tecnologías de telecomunicaciones en los patrones de comunicación organizacional”, analiza los cambios que se producen en las organizaciones con la incorporación de dispositivos de telecomunicaciones y otros equipos de computación. En particular, se estudia el impacto que se produce sobre los patrones de comunicación organizacional. La integración de los dispositivos móviles, internet y la conectividad inalámbrica ofrece una oportunidad extraordinaria para que las organizaciones puedan extender su información y servicios hasta los usuarios móviles y aumentar la productividad.

Aportela, I. (2007) en su trabajo “Intranets: las tecnologías de información y comunicación en función de la organización”, realiza un acercamiento a esta tecnología, a partir de su definición conceptual y su caracterización en el contexto de las organizaciones. Se analiza su visión como herramienta para la gestión de la información y como medio de comunicación.

Morales y González (2008) en su trabajo “Comunicación en las Organizaciones y TIC: Un Estudio de Caso”, analizan la forma como las TIC

pueden contribuir en el desarrollo de competencias en la comunicación en las organizaciones.

Martínez, F. (2010) en su trabajo “Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) como instrumento de nuevas formas organizacionales: el caso de una organización virtual de información deportiva”, busca conocer y explicar desde la perspectiva de la Teoría de la Organización como las TIC configuran la estructura y la colaboración en la organización virtual mexicana.

Beckman, L. y otros (2010) en su trabajo “El Individuo en el contexto organizacional y su relación con las tecnologías de la información y comunicación”, presentan y discuten los conceptos encontrados en la literatura sobre el individuo en el contexto de las organizaciones empresariales, aborda también la relación de los individuos con las tecnologías de información y de comunicación en ese tipo de ambiente. Presenta el análisis de los datos a partir de la aplicación de un cuestionario a los empleados de una empresa privada, en la que se analizaron, en escala de la importancia, los siguientes elementos: tecnología, información y personas.

Monroy, A. y Restrepo, I. (2010), en su trabajo “Comunicación Organizacional”, construyen y clasifican los principales hechos históricos relacionados con la comunicación organizacional en las empresas.

Centeno, M. (2012), en su trabajo “Liderazgo empresarial: visto desde una perspectiva de comunicación organizacional”, tiene como objetivo identificar de qué forma los propietarios de la PYMES colombianas del sector BPO

(Business Processing Outsourcing) desarrollan competencias de liderazgo organizacional, y analizan el impacto de la comunicación organizacional en la productividad de las mismas.

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Según el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en Colombia, solo el 16% de las empresas usa computadores y menos del 8% usa internet. Esto quiere decir que el 84% de las empresas en estos momentos no hace un buen uso de las TIC dentro de las mismas.

En un mundo empresarial globalizado como el actual el uso de las tecnologías de la información o TIC, se ha convertido en una herramienta útil para los empresarios y directivos de las PYMES, ya que mediante estas herramientas han alcanzado a mejorar su productividad y competitividad. En el caso específico del tema del presente trabajo de investigación tanto las TIC como la comunicación organizacional se han convertido en dos de los principales pilares dentro del desarrollo de las organizaciones, por lo tanto es importante analizar de qué forma estas herramientas empresariales influyen en el éxito de las organizaciones modernas, específicamente las PYMES bogotanas.

Con base en todo lo anterior se formula la pregunta de investigación para el presente trabajo de investigación:

¿DE QUÉ FORMA CONTRIBUYEN LAS TIC AL DESARROLLO DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL DENTRO DE LAS PYMES DEL SECTOR DE SERVICIOS EN BOGOTÁ?

2. OBJETIVOS

2.1. OBJETIVO GENERAL

Analizar la relación que existe entre las TIC y la comunicación organizacional en diez PYMES del sector de servicios en Bogotá.

2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar los antecedentes históricos de trabajos investigativos en Colombia respecto al tema de TIC y comunicación organizacional.
- Identificar los conceptos de TIC y comunicación organizacional dentro de las empresas estudiadas y cómo los trabajadores de las mismas los aplican.
- Establecer de qué forma los propietarios de las PYMES bogotanas seleccionadas pueden llegar a desarrollar la comunicación organizacional para posicionar sus organizaciones haciendo uso de las TIC.

MARCO TEÓRICO

Antes de empezar a analizar el tema central del presente proyecto de investigación: TIC (tecnologías de la información y la comunicación) y comunicación organizacional, se hace necesario definir ciertos términos con el fin de que el lector tenga una comprensión absoluta de lo que se plantea en el presente trabajo. Es por esto que al hablar de comunicación organizacional es necesario tener en cuenta en primer lugar el concepto de comunicación la cual Castaño (2004) la define como “un quehacer colectivo con el otro como persona, a través de la cual ambos van construyendo su realidad, siendo gracias a una construcción como se va desarrollando el proyecto común llamado sociedad, comunidad y organización”.

Por medio de esta definición Castaño (2004) planteo el siguiente modelo de comunicación:

“El **CANAL**, es el medio a través del cual viaja el mensaje, los más comunes son: El aire para la palabra hablada y el papel para la escritura, pero también pueden intervenir cables y hondas eléctricas. Puede ser verbal y escrito. Se puede transmitir a través de un memorando, un computador, el teléfono, un telegrama, la televisión (transmite gestos, indicios visuales). Puede ser simple cuando no presupone otros medios y compuestos cuando interviene otro medio o cadena de medios, ejemplo los medios masivos de comunicación”.

Por su parte “el **CODIFICADOR** se puede definir como la toma las ideas y las dispone en un código, en la comunicación persona a persona esta función la cumple la capacidad motora de la fuente, los mecanismos vocales, los sistemas musculares de la mano y de las demás partes del cuerpo”. “El código es un sistema común organizado de signos o símbolos, regidos por reglas en la emisión y recepción de mensajes y constituyen verdaderos sistemas de comunicación, puede ser simple cuando maneja un solo tipo de signos y, complejo cuando emplea signos tomados en préstamo de otros códigos”.

El **DECODIFICADOR** es “el comprender o asimilar los mensajes que fueron enviados y los asocia a un significado usando el mismo código, acá impera el buen entendimiento del mensaje porque a partir de ahí se da la retroalimentación”.

El **EMISOR** por su parte es quien empieza la comunicación, debe tener ideas, información y un propósito para comunicar.

La **FUENTE**, es el origen de la información, puede comunicarse consigo misma y trata de producir un estímulo. Es importante anotar que en la comunicación oral la fuente y el emisor son el mismo elemento.

Los **MENSAJES**, Es el propósito que se va a transmitir, el producto real.

- Cuando hablamos, la conversación es el mensaje.
- Cuando escribimos, la escritura es el mensaje.
- Cuando dibujamos o pintamos, la imagen es el mensaje.

- Cuando hacemos gestos, las expresiones son el mensaje.

Partiendo de este modelo de comunicación se puede ver que existen diferentes variables que permiten que el proceso de comunicación sea efectivo, ya que hacen que este procedimiento y estas herramientas puedan ser usadas en dos entornos, el primero al realizar hábitos de comunicación con un objetivo personal determinado y por otro lado de modo sistemático por los diferentes departamentos que constituyen una organización para enviar y recibir mensajes de los miembros que componen la misma.

3. LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

Al hablar de comunicación organizacional se hace referencia a todas aquellas herramientas que permiten a los empresarios llevar de una forma eficiente sus mensajes a sus colaboradores. Por ello se puede definir la comunicación organizacional tal y como afirma Fernández (1999) de la siguiente forma:

La comunicación cuando se aplica en las organizaciones es denominada comunicación organizacional. Esta comunicación se da naturalmente en toda organización, cualquiera que sea su tipo o su tamaño y en consecuencia no es posible imaginar una organización sin comunicación. Bajo esta perspectiva, la comunicación organizacional es el conjunto total de mensajes

que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y su medio.

La comunicación organizacional toma diferentes nombres dependiendo del entorno en que se realice y es aun más importante tener en cuenta cuales son lo factores que componen esta comunicación y como se logra una comunicación efectiva dentro de la empresa, de esta forma y tal como afirman Monroy y Restrepo (2010) se pueden nombrar:

La comunicación interna: actividades que se realizan dentro de una organización para mantener las buenas relaciones entre los miembros de la empresa por medio de la circulación de mensajes originados por los diversos medios de comunicación, con el objetivo de proveer comunicación, unión, motivación y así alcanzar las metas establecidas por la organización.

La comunicación externa: actos comunicativos dirigidos a públicos externos, con el fin de mantener o perfeccionar las relaciones públicas y así proyectar mejor la imagen corporativa de la organización.

Las relaciones públicas: actividades y programas de comunicación creados para sostener buenas relaciones con los diferentes públicos de la organización.

La publicidad: mensajes emitidos a través de medios masivos de difusión con el objetivo de incrementar la venta de los productos o servicios de la organización.

La publicidad institucional: actividad de las relaciones públicas, que evoca en los públicos una imagen favorable de la organización.

Es importante que tener en cuenta estos factores dentro de las organizaciones para que se logre una comunicación eficiente y dependerá del liderazgo y gestión de la comunicación de los empresarios para que esto sea posible.

4. ANTECEDENTES HISTÓRICOS DE LAS TIC

El concepto sociedad de la información se ha convertido en un factor de mucha importancia en las últimas décadas debido precisamente al modelo globalizado en el que hoy está inmersa la misma. Gracias a este, el planeta se encuentra entrelazado desde todos los aspectos: económico, tecnológico, cultural etc. Como afirma Valenti (2002):

La “Sociedad de la Información” está en pleno proceso de formación. Varios términos nuevos relacionados con este proceso se han puesto de moda el ritmo de los cambios es tan acelerado que no terminamos de comprender un concepto que nos aparece uno nuevo. Hoy en día se habla de “Sociedad del Conocimiento, Economía del Conocimiento, Revolución Digital, Brecha Digital, Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC)”. Esta realidad exige, y particularmente a los gobiernos de

los países en vías de desarrollo, un esfuerzo considerable por comprender las determinantes de este fenómeno y poder identificar los mecanismos y variables a considerar en una estrategia hacia la construcción de la así llamada Sociedad de la Información. Hoy la única conclusión posible es que, efectivamente, este proceso recién se inicia. Se hace necesario generar propuestas innovadoras, cambiar los esquemas tradicionales para resolver el desarrollo de los países, se exige una mayor participación e integración de diversos agentes y sobre todo poner un cierto orden a través de estrategias que necesariamente deberán ser consensuadas, en un tema, que como veremos, toca transversalmente a muchas de las actividades fundamentales que hacen al desarrollo de las naciones, como ser: la educación, la modernización del Estado, la salud, la competitividad de las empresas, las políticas sociales, etc.

5. DEFINICIÓN DE TIC

Según la CEPAL (Comisión Económica para América Latina) (2003): Las TIC han sido definidas como sistemas tecnológicos mediante los que se recibe, manipula y procesa información, y que facilitan la comunicación entre dos o más interlocutores. Por su parte Hopenhayn y Ottone (2000) afirman que las

nuevas TIC se constituyen en herramientas fundamentales para facilitar el acceso al conocimiento y potenciar las capacidades de innovación de los países de América Latina y el Caribe, y así lograr que éstos puedan integrarse plenamente al mundo globalizado .

Según la *Information Technology Association of America* (ITAA) (Asociación Americana de las Tecnologías de la Información, define TIC de la siguiente manera (ITC en inglés) : es "el estudio, el diseño, el desarrollo, el fomento, el mantenimiento y la administración de la información por medio de sistemas informáticos, esto incluye todos los sistemas informáticos no solamente la computadora, este es solo un medio más, el más versátil, pero no el único; también los teléfonos celulares, la televisión, la radio, los periódicos digitales, etc. "

6. TIC EN EL MUNDO

Para lograr analizar la situación actual de las TIC a nivel mundial se hace necesario retomar algunos de los estudios realizados por entes internacionales respecto al tema. De acuerdo con el Informe de la Economía de la Información de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Comercio y el Desarrollo realizado por la ONU y la UNCTAD (2007), tanto la telefonía móvil como el internet se convirtieron en los años 2005-2007 en las principales tecnologías de información y comunicación en los países en desarrollo:

De esta forma, mientras que en los países en desarrollo el número de suscriptores a telefonía móvil representó en 2006 el 58% de suscriptores de telefonía móvil a nivel mundial, en cerca de 40 países en desarrollo las tasas de penetración fueron inferiores al 10%. Esto contrasta con el panorama de varios países desarrollados, en donde la penetración de la telefonía móvil casi alcanzó para ese año el 100 por ciento. Entretanto, la penetración de Internet en los países desarrollados pasó de ser 10 veces mayor que en los países en desarrollo para el 2002 a ser sólo 6 veces mayor para el 2006. Sin embargo, todavía en amplias zonas rurales y urbanas de países en desarrollo se carece de este servicio. Por otra parte, entre 2002 y 2006 las llamadas economías en transición presentaron la tasa de crecimiento anual más alta en penetración de Internet. Adicionalmente, en el ámbito empresarial, el acceso a Internet es prácticamente universal en la mayoría de los países desarrollados, mientras que en los países en desarrollo el acceso corporativo a Internet muestra tasas de penetración muy variadas.

Los anteriores estudios dejan claro que el desarrollo de las TIC en los últimos años se ha dado principalmente en los países desarrollados, lo que deja entrever que tanto los gobiernos como los empresarios de dichas naciones han notado la importancia de las TIC para el desarrollo

de todas las actividades de la sociedad moderna: educación, economía, etc.

6.1. TIC EN COLOMBIA

MARCO LEGAL DE LAS TIC EN COLOMBIA: LEY 1341 DE 2009

Dentro de los artículos más destacados por tener impacto directo en el sector educativo del país se encuentran los siguientes:

En el artículo 2 “principios orientadores” se estipula que la investigación, el fomento, la promoción y el desarrollo de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones son una política de Estado y debe involucrar a todos sectores de la administración pública y social para contribuir al desarrollo en general del país.

Las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones deben servir al interés general y es deber del Estado promover su acceso eficiente y en igualdad de oportunidades, a todos los habitantes del territorio nacional.

Dentro de los “principios orientadores” de esta ley se encuentran:

El estado proporcionara a todo colombiano el Derecho a la comunicación, la información y la educación y los servicios básicos de las TIC, los cuales permitirán el patrocínio de los derechos de libre expresión, de informar y ser informado, a la educación y a todos aquellos valores de la cultura. Sumado a esto, el Estado favorecerá a la población vulnerable y la población rural a que puedan tener acceso a plataformas de comunicación, en especial de Internet y contenidos informáticos y de educación integral

En el artículo 6 “Definición de TIC” explican Las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones como “el conjunto de recursos, herramientas, equipos, programas informáticos, aplicaciones, redes y medios, que permiten la compilación, procesamiento, almacenamiento, transmisión de información como: voz, datos, texto, vídeo e imágenes”.

Por otro lado se encuentra el artículo 39 “Articulación del plan de TIC” donde se determina que El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones coordinará la articulación del Plan de TIC, con el Plan de Educación y los demás planes sectoriales, para ayudar y avanzar hacia los mismos objetivos. Apoyará al Ministerio de Educación Nacional para:

1. Fomentar el emprendimiento en TIC, desde los establecimientos educativos, con alto contenido en innovación.
2. Poner en marcha un Sistema Nacional de alfabetización digital.
3. Capacitar en TIC a docentes de todos los niveles.
4. Incluir la cátedra de TIC en todo el sistema educativo, desde la infancia.
5. Ejercer mayor control en los cafés Internet para seguridad de los niños.

6.2. TIC Y COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

Al hablar de la relación que debe existir entre las TIC y la comunicación organizacional en el desarrollo de las actividades propias de cualquier

empresa, se debe definir esta relación como compleja y dinámica, tal y como puede apreciarse en el Gráfico N°1.

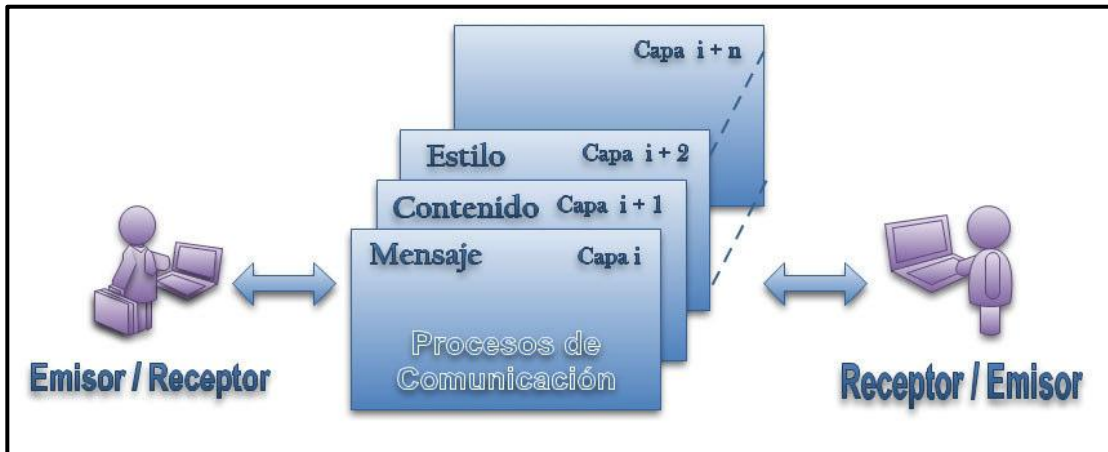


Gráfico N°1. Proceso de comunicación interpersonal en el ambiente digital.

Fuente: Morales y González (2010)

Tal y como explican Morales y González (2010), existen varias capas asociadas a los procesos de la comunicación interpersonal en ambientes digitales, que van más allá de las comúnmente asumidas en el concepto de comunicación tradicional y es necesario destacar que a diferencia de la comunicación tradicional, la comunicación organizacional a través de las llamadas TIC contiene otras variables de las cuales dependerá que la misma sea efectiva o no. Dichas variables tiene que ver tanto con el aspecto humano (por ejemplo que el receptor no esté en disposición de acatar el mensaje), como de aspectos técnicos (como pueden ser el estado del servicio de internet y el servicio de telefonía móvil por ejemplo).

Por lo tanto se hace necesario que los empresarios de las PYMES colombianas en el caso del presente trabajo de investigación se den a la tarea de desarrollar competencias y habilidades que le permitan lograr una interrelación entre los procesos comunicativos y herramientas como las TIC, tal y como afirma Bilella (2012):

Las nuevas tecnologías de información y comunicación (TICS) han llegado para convertirse en verdaderas protagonistas en el día a día de las organizaciones, a partir de su significativa contribución al logro de las metas institucionales. Sin embargo, desde el punto de vista de su utilización y beneficios en la comunicación organizacional no existe una posición consensuada de aquellas personas sobre las que recae la responsabilidad de dirigir los destinos de las diversas entidades.

Visto de esta manera y para lograr una efectiva comunicación en ambientes digitales es necesario que los empresarios tengan en cuenta el nivel de responsabilidad que tienen en su labor y participar en la gestión de este proceso de comunicación para hacerlo efectivo.

DISEÑO METODOLÓGICO

7. TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación empleado para el desarrollo del presente trabajo es descriptivo y cuantitativo.

7.1. POBLACION Y MUESTRA

Universo

El universo estuvo establecido por las pymes del sector de servicios en Colombia, específicamente en Bogotá, donde según la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) el sector escogido se encuentra en la Sección M “Actividades profesionales, científicas y técnicas”, donde está ubicada la categoría de “Publicidad”, ya que esta clase entra en la siguiente clasificación:

- El suministro de una completa gama de servicios de publicidad (mediante recursos propios o por subcontratación), incluyendo servicios de asesoría, servicios creativos, producción de material publicitario y utilización de los medios de difusión.
- La creación y realización de campañas de publicidad que incluyen: - Creación y colocación de anuncios en periódicos, revistas, programas de radio, televisión, Internet y otros medios de difusión. - Creación y colocación de anuncios de publicidad exterior por ejemplo, mediante carteles, carteleras,

tableros, boletines, decoración de vitrinas, diseño de salas de exhibición, colocación de anuncios en automóviles y autobuses, entre otros. - Representación de medios de difusión, a saber, venta de tiempo y espacio en diversos medios de difusión interesados en la obtención de anuncios. - Publicidad aérea. - Distribución y entrega de material publicitario o muestras. - Alquiler de espacios publicitarios en vallas publicitarias, etcétera. - Creación de stands y otras estructuras y sitios de exhibición.

- El manejo de campañas de mercadeo y otros servicios publicitarios, dirigidos a atraer y retener clientes: - Promoción de productos. - Comercialización en puntos de venta. - Publicidad directa vía correo. - Consultoría en comercialización.

Muestra

La muestra quedó constituida por diez gerentes de empresas PYMES, ya que todas cumplen con el del sector de servicios ubicadas en la ciudad de Bogotá. (ver anexo 5).

Unidad de análisis

La unidad de análisis fueron la encuesta y la entrevista realizadas a los empresarios partícipes en el desarrollo del trabajo de investigación.

7.2. MÉTODO Y TÉCNICA

En el desarrollo del análisis con base en el tema del uso de las TIC en el desarrollo de la comunicación organizacional dentro de las PYMES

colombianas se tomó la información proporcionada por cada uno de los integrantes de la muestra escogida, para posteriormente analizar esta información y poder llegar así a diferentes recomendaciones.

7.3. INSTRUMENTOS

Los instrumentos utilizados para el desarrollo del presente trabajo de investigación fueron la encuesta y la entrevista, con el fin de encontrar información y conocimientos básicos que tienen los diez empresarios escogidos para el análisis, sobre el tema del uso de las TIC en el desarrollo de competencias de comunicación organizacional dentro de las PYMES en Bogotá.

7.4. RESULTADOS/PRODUCTOS ESPERADOS Y POTENCIALES BENEFICIARIOS

Relacionados con la generación de conocimiento y/o nuevos desarrollos tecnológicos

A través de este proyecto de investigación se espera reforzar y aplicar los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera dentro de un contexto empresarial real.

Conducentes al fortalecimiento de la capacidad científica nacional

Por medio del desarrollo del presente trabajo se espera contribuir con alternativas desde el punto de vista de la aplicación de bases teóricas en relación con el entorno empresarial que se estudio en el presente trabajo de investigación.

8. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Para el desarrollo del diagnóstico se aplicó la encuesta (ver anexo 1) elaborada por la investigadora a diez empresarios de Pymes bogotanas del sector de servicios; los resultados y análisis de cada pregunta se encuentran a continuación:

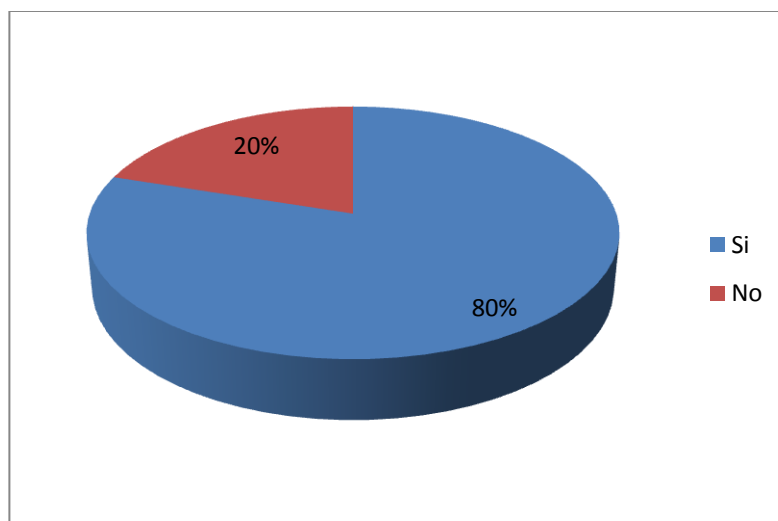


Gráfico No. 2 Grado de conocimiento de las TIC

Fuente: Elaboración propia, 2012

Se puede apreciar que el 80% afirmó estar familiarizados con el concepto de TIC; y tan solo el 20% reconoció no conocerlo. Esto indica que el término de TIC es conocido por un mayor porcentaje de empresarios.

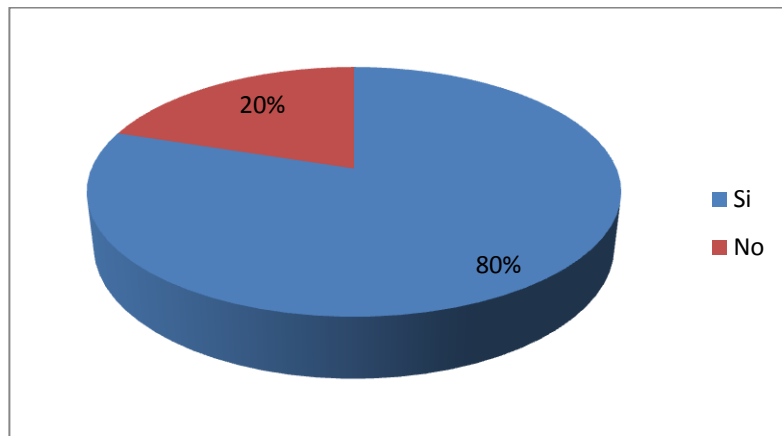


Gráfico No.3 Importancia de la sinergia entre TIC y comunicación.

Fuente: Elaboración propia, 2012

Con relación a esta segunda pregunta, el 80% de los encuestados considera que es importante que exista una sinergia entre las TIC y la comunicación en el desarrollo de las actividades al interior de sus organizaciones, mientras que tan solo el 20% no lo considera importante.

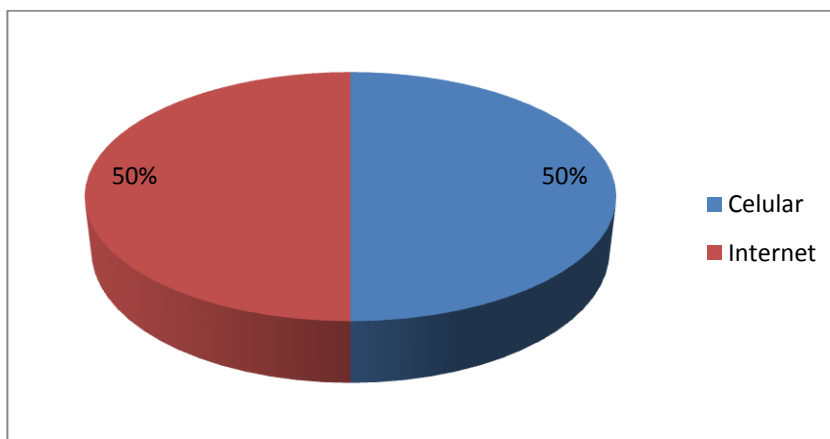


Gráfico No. 4 Herramienta tecnológica de comunicación.

Fuente: Elaboración propia, 2012

Respecto a esta pregunta, el 50% de los encuestados afirmó utilizar la telefonía celular para comunicarse dentro de su organización; mientras que el otro 50% de los encuestados afirmó utilizar el internet como medio de comunicación al interior de las mismas.

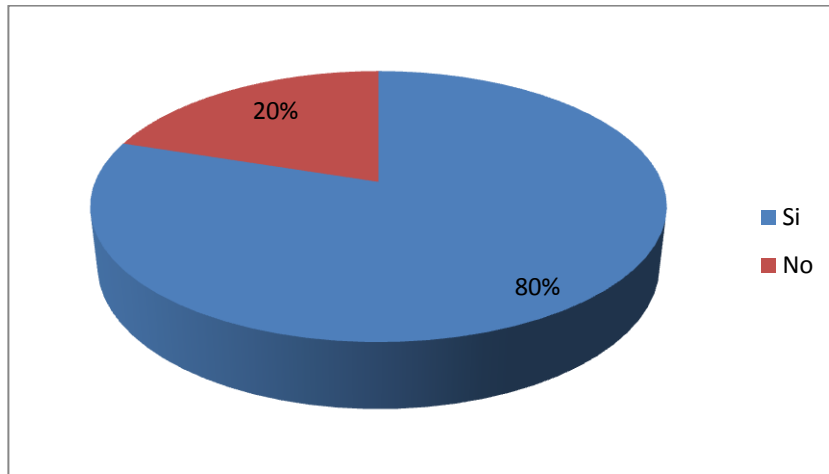


Gráfico No. 5 Efectividad del uso de herramientas tecnológicas para la comunicación.

Fuente: Elaboración propia, 2012

Respecto a esta pregunta, el 80% de los encuestados coincidió en afirmar que el uso de dicha herramienta tecnológica garantiza una comunicación efectiva dentro de la empresa; mientras que tan solo el 20% no lo consideran así.

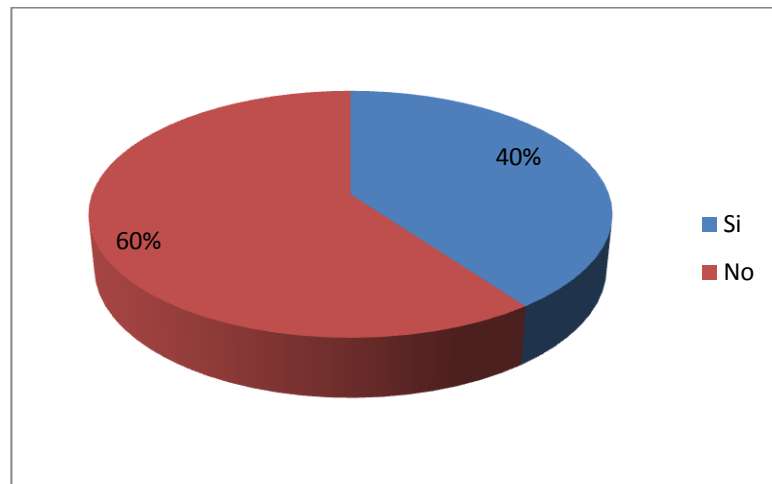


Gráfico No. 6 Grado de conocimiento de comunicación organizacional

Fuente: Elaboración propia, 2012

Con relación a esta pregunta, el 60% de los encuestados admitió no conocer el término comunicación organizacional, tan solo el 40% de los encuestados conocen el termino comunicación organizacional.

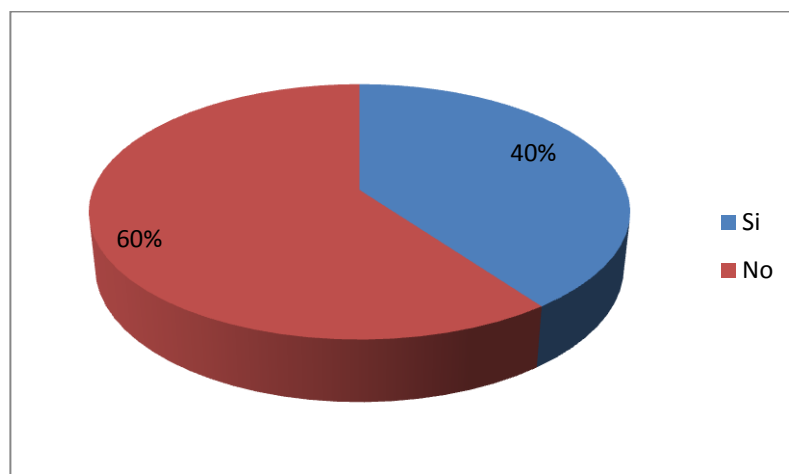


Gráfico No. 7 Importancia de la implementación de competencias de comunicación organizacional y TIC en las empresas.

Fuente: Elaboración propia, 2012

Se puede apreciar que tan solo el 40% de los encuestados considera importante y necesario implementar competencias de comunicación organizacional y TIC en las empresas, mientras que el 60% no lo considera relevante.

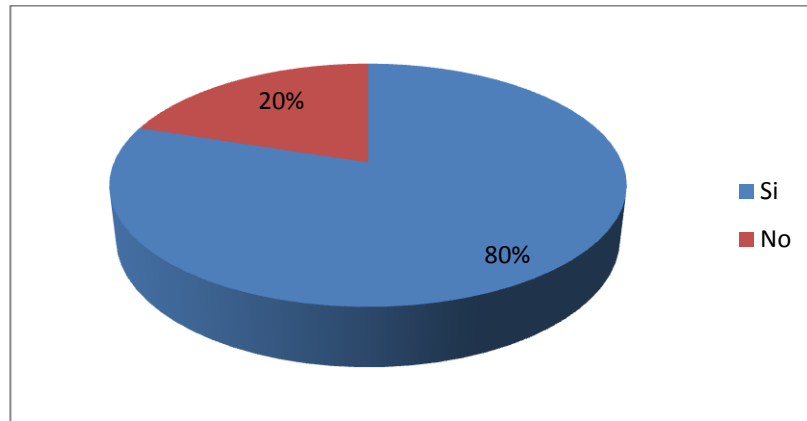


Gráfico No. 8 Contribución del desarrollo de las TIC en el mejoramiento de la comunicación dentro de una organización.

Fuente: Elaboración propia, 2012

Se puede apreciar respecto a esta última pregunta que el 80% de los encuestados afirmó que el desarrollo de las TIC contribuye de manera positiva en el mejoramiento de la comunicación organizacional al interior de las organizaciones, mientras el 20% no están de acuerdo.

ENTREVISTA

Posteriormente se realizó la entrevista a tres empresarios de las PYMES seleccionadas para la muestra con el fin de conocer su opinión personal en lo referente al tema de comunicación organizacional y TIC. Los resultados de dicha encuesta se presentan a continuación:

Objetivo de la Entrevista: Indagar y comprender la opinión que tienen los gerentes de las PYMES del sector de servicios acerca de la sinergia entre comunicación organizacional y TIC.

1) ¿Qué piensa usted del uso de las TIC en el mundo moderno?

Empresario 1 (ver anexo 3): Las TIC se han convertido en una herramienta muy útil en la mayoría de las actividades humanas.

Empresario 4 (ver anexo 3): Las TIC ya no son un lujo como lo eran hace algunos años, sino que se han convertido en una necesidad para la mayoría de las actividades humanas.

Empresario 7 (ver anexo 3): Las TIC facilitan la vida de todas las personas.

2) ¿Qué piensa usted de la comunicación al interior de las organizaciones?

Empresario 1 (ver anexo 3): La comunicación es la base del éxito o fracaso de las organizaciones

Empresario 4 (ver anexo 3): Es un concepto clave a la hora de hablar de la productividad de las empresas.

Empresario 7 (ver anexo 3): De la comunicación organizacional depende que una empresa logre sus objetivos o no.

3) ¿De qué forma cree usted que contribuyen las TIC al desarrollo de competencias de comunicación organizacional dentro de las pymes colombianas?

Empresario 1 (ver anexo 3): Las TIC se convierten en parte clave de las organizaciones pues utilizándolas de forma acertada me puedo comunicar con todos mis colaboradores tanto internos como externos.

Empresario 4 (ver anexo 3): Las TIC, en mi caso específico la telefonía celular y el internet se han convertido en las herramientas que utilizo para comunicarme con mis colaboradores y para expresarles mis ideas y que ellos me expresen las suyas en todo lo referente al desarrollo de las actividades de la empresa.

Empresario 7 (ver anexo 3): En mi organización todos los empleados y colaboradores en general tienen acceso tanto a la telefonía celular como al internet, herramientas que utilizan para lograr una comunicación eficiente entre todas las áreas o dependencias de la empresa.

**AREAS DE LAS EMPRESAS ENCUESTADAS EN DONDE SE UTILIZAN
LAS TIC**

TIC	AREA EN LA QUE SE UTILIZA
Telefonía celular	<ul style="list-style-type: none"> -Comunicación interna (Todas las áreas de la organización) -Comunicación externa con los clientes (Área de mercadeo y servicio al cliente)
Internet	<ul style="list-style-type: none"> -Comunicación interna (todas las áreas de la organización) -Comunicación con los proveedores. -Mercadeo y publicidad.
Correo electrónico	<ul style="list-style-type: none"> -Comunicación interna entre todas las áreas de la organización. -Comunicación externa con los clientes.

Fuente: Elaboración propia, 2012

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Con relación al problema de investigación planteado al comienzo de este trabajo y después de desarrollado el trabajo de campo se puede llegar a la conclusión de que las TIC sí contribuyen al desarrollo de competencias de comunicación organizacional dentro de las PYMES colombianas. Para el caso específico, la telefonía celular y el internet fueron reconocidos por los integrantes de la muestra de estudio como las herramientas que más utilizan para lograr una comunicación eficiente tanto con sus colaboradores directos, como con sus clientes.

El trabajo de campo desarrollado en la muestra escogida demostró que si bien muchos empresarios no conocen o no tienen claro el concepto de comunicación organizacional, si presentan competencias de comunicación que les permiten llevar el mensaje que quieren transmitir a sus colaboradores.

Al implementar estos procesos comunicativos la empresa alcanzará posicionarse en el mercado, ya que si presenta una buena comunicación interna, está se vera reflejada en la comunicación externa, logrando así mejorar su imagen corporativa y permitiéndola posicionar en el mercado.

De la misma forma el desarrollo de la encuesta dejo entrever que existe un gran desconocimiento por parte de los empresarios bogotanos respecto a la sinergia que debe existir entre las TIC y la comunicación organizacional para

lograr crear competencias por parte de los empresarios que les permitan mejorar tanto la comunicación como la productividad de sus empleados.

Para que el proceso de comunicación interpersonal en el ambiente digital sea eficiente es indispensable tener en cuenta las variables tanto en el aspecto humano como en el aspecto técnico y es necesario que los empresarios tengan en cuenta el nivel de responsabilidad que tienen en su labor y participar en la gestión de este proceso de comunicación para hacerlo efectivo.

Es necesario realizar mayores investigaciones respecto al tema de las TIC y la comunicación organizacional en el sector específico de la PYMES colombianas que permitan conocer las variables que mueven a los empresarios colombianos a no utilizar otras herramientas tecnológicas al interior de las actividades de sus empresas.

REFERENCIAS

Amezquita, C. (2009). Panorama de la Sociedad de la Información en América Latina (2000-2007). Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión. Vol.17, N°2.

Aportela, I. (2007). "Intranets: las tecnologías de información y comunicación en función de la organización". Acimed 2007.

Cámara de Comercio de Bogotá (2012). Clasificación Industrial Internacional Uniforme.

Castaño, G. (2004) "seminario de teoría administrativa". Disponible en la página web

<http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/sedes/manizales/4010014/Contenidos/Capitulos%20PDF/CAPITULO%203.pdf>

Centeno, M. (2012). "Liderazgo empresarial: visto desde una perspectiva de comunicación organizacional". Universidad EAN.

DANE, (2011). Metodología Encuesta Anual de Servicios – EAS. Dirección de Metodología y Producción Estadística – DIMPE. Bogotá, D.C.

Fernández, C. (1999). La Comunicación en las Organizaciones. Editorial Trillas, México.

Martínez, F. (2010). “Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) como instrumento de nuevas formas organizacionales: el caso de una organización virtual de información deportiva”. Revista Caribeña de Ciencias Sociales.

Morales, R. y GONZALEZ, V. (2010). Comunicación en la Organizaciones y TICS: Un estudio de caso. Universidad de la Frontera, Chile

Monroy, A. y Restrepo, I. (2010). Comunicación Organizacional. Corporación Instituto de Administración y Finanzas. Pereira, Risaralda

Montoya, P. (2011). Fortalecimiento empresarial PYME MSI (MEGA SOLUCIONES INDUSTRIALES). Diagnóstico de las capacidades actuales en los temas estratégicos, financieros, operativos y de procesos. Institución Universitaria CEIPA.

Peirano, F.; Suarez, D. (2004) “Estrategias empresariales de uso y aprovechamiento de las TICS por parte de las PYMES de Argentina en 2004” Ponencia presentada en el 33 JAIIO, Simposio sobre la Sociedad de la Información, Córdoba, Argentina, setiembre 2004.

Pfferman, G. (2001). Reducción de la pobreza en los países en desarrollo. La función de la empresa privada”. Finanzas y Desarrollo

Ramos, C. (2004), Datos y control más que conocimiento y colaboración: las TIC en la empresa chilena”. Universidad Católica de Chile.

Rangel, V. (2011). Lo sustantivo y lo contingente de las TICS en la formación de la sociedad contemporánea. Universidad de los Andes, Mérida, Venezuela.

Restrepo, D. (2007). Las PYMES y el crecimiento económico en Colombia (años 1990-2000). Pontificia Universidad Javeriana

Superintendencia de sociedades. (1999-2003). Las PYMES en Colombia: Evolución, desarrollo y fomento.

Valenti, P. (2002). La Sociedad de la Información en América Latina y el Caribe: TICS y un nuevo Marco Institucional. Disponible en la página web: <mailto:http://www.oei.es/revistactsi/numero2/valenti.htm>

Yáñez, M. (2005). Las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) y la institucionalidad social. Hacia una gestión basada en el conocimiento. CEPAL, Naciones Unidas.

Yaskelly, Y. (2005), Impacto de las tecnologías de telecomunicaciones en los patrones de comunicación organizacional. Revista Venezolana de Información, tecnología y conocimiento.

ANEXOS

ANEXO 1. ENCUESTA

1. ¿Está usted familiarizado con el concepto de TIC?
2. ¿Considera usted que es importante la sinergia entre las TIC y la comunicación?
3. ¿Cuál TIC usa usted en su empresa para comunicarse dentro de la misma y por qué?
4. ¿Cree usted que el uso de esa herramienta tecnológica garantiza una comunicación efectiva dentro de su empresa?
5. ¿Conoce usted el término de comunicación organizacional?
6. ¿Considera usted que en la actualidad es necesario implementar competencias de comunicación organizacional y TIC en las empresas?
7. ¿De qué manera cree usted que el desarrollo de las TIC contribuye en el mejoramiento de la comunicación dentro de una organización?

ANEXO 2. ENTREVISTA

UNIVERSIDAD EAN

FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

PROFESIONAL DE LENGUAS MODERNAS

Objetivo de la Entrevista: Conocer la opinión que tienen los empresarios de las PYMES colombianas respecto a la sinergia entre comunicación organizacional y TIC.

1. ¿Qué piensa usted del uso de las TIC en el mundo moderno?
2. ¿Qué piensa usted de la comunicación al interior de las organizaciones?
3. ¿De qué forma cree usted que contribuyen las TIC al desarrollo de competencias de comunicación organizacional dentro de las pymes colombianas?

ANEXO 3. PERFIL DE LOS EMPRESARIOS QUE HICIERON PARTE DE LA MUESTRA

EMPRESARIO	PERFIL
Empresario 1	Economista y administrador de empresas
Empresario 2	Economista con Master en Economía
Empresario 3	Administrador de empresas
Empresario 4	Economista con especialización en gerencia de mercadeo
Empresario 5	Administrador de empresas
Empresario 6	Economista
Empresario 7	Gerente de producción y calidad
Empresario 8	Administrador de empresas
Empresario 9	Administrador de empresas con especialidad en mercadotecnia
Empresario 10	Economista

ANEXO 4. CLASIFICACIÓN DE LAS PYMES EN COLOMBIA

Tipo de empresa	Empleados	Activos totales (SMLMV)
Microempresa	1-10	menos de 501
Pequeña empresa	11-50	501-5.000
Mediana empresa	51-200	5001-30.000
Gran empresa	Más de 200	Mayor a 30.000

ANEXO 5. CARACTERIZACIÓN DE LAS PYMES

Empresa	Sector	Categoría	Ubicación	Numero de empleados	Tipo de empresa
Empresa 1	Servicios	Publicidad	Bogotá	25	Pequeña
Empresa2	Servicios	Publicidad	Bogotá	45	Pequeña
Empresa 3	Servicios	Publicidad	Bogotá	30	Pequeña
Empresa 4	Servicios	Publicidad	Bogotá	18	Pequeña
Empresa 5	Servicios	Publicidad	Bogotá	60	Mediana
Empresa 6	Servicios	Publicidad	Bogotá	12	Pequeña
Empresa 7	Servicios	Publicidad	Bogotá	20	Pequeña
Empresa 8	Servicios	Publicidad	Bogotá	25	Pequeña
Empresa 9	Servicios	Publicidad	Bogotá	32	Pequeña
Empresa 10	Servicios	Publicidad	Bogotá	15	Pequeña

ANEXO 6. CLAUSULA DE CONFIDENCIALIDAD

Debido a exigencias de los gerentes de las organizaciones que se visitaron para este estudio de investigación, en este documento no se pueden divulgar detalles o información de estas organizaciones.

ANEXO 7. LICENCIA DE USO – AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES

LICENCIA DE USO – AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES

Actuando en nombre propio identificado (s) de la siguiente forma:

Nombre Completo Deysi Sofia Ramirez Bolivar

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: 1013 596 028

Nombre Completo _____

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: _____

Nombre Completo _____

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: _____

Nombre Completo _____

Tipo de documento de identidad: C.C. T.I. C.E. Número: _____

El (Los) suscrito(s) en calidad de autor (es) del trabajo de tesis, monografía o trabajo de grado, documento de investigación, denominado:

La sinergia entre las TIC y la comunicación organizacional en diez PYMES del sector de servicios

Dejo (dejamos) constancia que la obra contiene información confidencial, secreta o similar: SI NO
(Si marqué (marcamos) SI, en un documento adjunto explicaremos tal condición, para que la Universidad EAN mantenga restricción de acceso sobre la obra).

Por medio del presente escrito autorizo (autorizamos) a la Universidad EAN, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad EAN y a los usuarios de bases de datos y sitios webs con los cuales la Institución tenga convenio, a ejercer las siguientes atribuciones sobre la obra anteriormente mencionada:

- A. Conservación de los ejemplares en la Biblioteca de la Universidad EAN.
- B. Comunicación pública de la obra por cualquier medio, incluyendo Internet
- C. Reproducción bajo cualquier formato que se conozca actualmente o que se conozca en el futuro
- D. Que los ejemplares sean consultados en medio electrónico
- E. Inclusión en bases de datos o redes o sitios web con los cuales la Universidad EAN tenga convenio con las mismas facultades y limitaciones que se expresan en este documento
- F. Distribución y consulta de la obra a las entidades con las cuales la Universidad EAN tenga convenio

Con el debido respeto de los derechos patrimoniales y morales de la obra, la presente licencia se otorga a título gratuito, de conformidad con la normatividad vigente en la materia y teniendo en cuenta que la Universidad EAN busca difundir y promover la formación académica, la enseñanza y el espíritu investigativo y emprendedor.

Manifiesto (manifestamos) que la obra objeto de la presente autorización es original, el (los) suscritos es (son) el (los) autor (es) exclusivo (s), fue producto de mi (nuestro) ingenio y esfuerzo personal y la realizó (zamos) sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es de exclusiva autoría y tengo (tenemos) la titularidad sobre la misma. En vista de lo expuesto, asumo (asumimos) la total responsabilidad sobre la elaboración, presentación y contenidos de la obra, eximiendo de cualquier responsabilidad a la Universidad EAN por estos aspectos.

En constancia suscribimos el presente documento en la ciudad de Bogotá D.C.,

NOMBRE COMPLETO: <u>Daysi Sofia Ramirez Buitrago</u>	NOMBRE COMPLETO: _____
FIRMA: <u>Daysi Sofia Ramirez</u>	FIRMA: _____
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: <u>1018596028</u>	DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____
FACULTAD: <u>Humanidades y Ciencias Sociales</u>	FACULTAD: _____
PROGRAMA ACADÉMICO: <u>Lenguas Modernas</u>	PROGRAMA ACADÉMICO: _____

NOMBRE COMPLETO: _____	NOMBRE COMPLETO: _____
FIRMA: _____	FIRMA: _____
DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____	DOCUMENTO DE IDENTIDAD: _____
FACULTAD: _____	FACULTAD: _____
PROGRAMA ACADÉMICO: _____	PROGRAMA ACADÉMICO: _____

Fecha de firma: Miércoles, 30 de enero de 2013