

## **Plan de Comunicación Laboratorio Articulado de Jóvenes Creadores (LAJC)**

### **Docente:**

Fernando Castro Torres

### **Estudiantes:**

Daniela Maya Herrera  
Manuela Piedrahita Giraldo  
Yuliana Zapata Higueta

Colegiatura Colombiana  
Medellín, Colombia  
2021

**Tabla de contenidos**

<b>1. Fundamentación .....</b>	<b>3</b>
<b>1.1. Articulación con el direccionamiento estratégico .....</b>	<b>3</b>
<b>1.2. Principios y enfoque conceptual .....</b>	<b>3</b>
<b>1.3. Enfoque conceptual.....</b>	<b>4</b>
<b>2. Operación .....</b>	<b>5</b>
<b>2.1. Grupos de interés.....</b>	<b>5</b>
<b>2.1.1. Vínculos Laterales .....</b>	<b>5</b>
<b>Comité estratégico .....</b>	<b>5</b>
<b>Comité de Jóvenes Creadores .....</b>	<b>6</b>
<b>Comité de Gestión Académico-administrativa .....</b>	<b>6</b>
<b>2.1.2. Niveles del Proyecto.....</b>	<b>7</b>
<b>Niveles gerenciales o de coordinación .....</b>	<b>7</b>
<b>2.1.3. Grupos de interés internos y externos .....</b>	<b>13</b>
<b>2.2. Objetivos: .....</b>	<b>14</b>
<b>2.3. Estrategias .....</b>	<b>15</b>
• <b>Planeación estratégica:.....</b>	<b>15</b>
• <b>Gestión del conocimiento:.....</b>	<b>15</b>
• <b>Cultura Organizacional:.....</b>	<b>16</b>
<b>2.4. Tácticas:.....</b>	<b>16</b>
<b>Planeación Estratégica .....</b>	<b>16</b>
<b>Gestión del conocimiento .....</b>	<b>17</b>
<b>Cultura Organizacional:.....</b>	<b>18</b>

### **1. Fundamentación**

Para el despliegue de un plan de comunicación estratégica se hace vital explicar de forma detallada sus elementos conceptuales y principios, ambos se constituyen en el punto de partida y fundamentación para el posterior desarrollo táctico de la acción comunicativa que estará orientado por su vocación estratégica.

#### **1.1. Articulación con el direccionamiento estratégico**

El Plan de Comunicación de Laboratorio Articulado Jóvenes Creadores (LAJC) 2021 está alineado con el direccionamiento estratégico de la organización. Colegiatura está en permanente búsqueda de pensarse, sentirse, expresarse y vivirse de otras maneras desde el respeto y el bien-estar creando una transformación consciente individual y social fundamentada desde Ser Humano-Ser Origen. Al estar en coherencia con el pensamiento institucional, se asegura que el proyecto lleve la esencia de Colegiatura y cumpla con los parámetros que se establecen dentro de ella.

En coherencia con el pensamiento institucional –Ser Humano–Ser Origen– que busca la expansión del potencial ilimitado de cada persona, este proyecto invita a reflexionar sobre la realidad en la que está inmersa la sociedad, pretende movilizar el pensamiento y generar cuestionamientos sobre el entorno que rodea a los seres humanos, por medio del diseño y la comunicación.

#### **1.2. Principios y enfoque conceptual**

Son los pilares fundamentales según lo cuales se orientará la comunicación estratégica para el LAJC 2021, se tomarán como base para la realización de cada actividad y se tendrán presentes en los procesos de investigación, planeación, ejecución y evaluación del LAJC.

#### **Empatía**

Se entiende como aquello que desarrolla cada integrante y permite el reconocimiento del papel que cada uno desempeña con sus virtudes y conocimientos, así mismo implica el reconocer sus habilidades, cualidades y capacidades para así aprovechar y proporcionar confianza y flexibilidad al servicio del grupo de trabajo.

El valor que tiene la Empatía dentro del proyecto permite que siempre haya una comprensión y valoración de cada persona, permite motivación, buen relacionamiento y excelente trabajo en equipo.

#### **Agilidad**

En este proyecto se entiende como la valoración del tiempo y la acción proactiva y de calidad. Cuando se percibe la importancia del tiempo se entiende que es esencial para la efectividad y el cumplimiento de las actividades a desarrollar. Los procesos ágiles son aquellos que permiten adaptar y mejorar la forma de trabajo a las condiciones del proyecto, con calidad, oportunidad, flexibilidad e inmediatez en la respuesta de los equipos.

Se resalta la necesidad de entregar las tareas a tiempo (para la hora y fecha planeada e incluso antes), las responsabilidades deben ser atendidas de forma inmediata y no se debe posponer lo que se puede resolver con prontitud.

En los flujos de información es vital la agilidad, ya que es la capacidad que tiene la organización para renovarse, adaptarse, cambiar rápidamente y tener éxito en un ambiente de cambio e incertidumbre.

### **Adaptación**

Para la gestión comunicacional del proyecto se trata de estar dispuesto al cambio de manera positiva, permanente y pensando en generar una transformación en medio de la complejidad para llegar al objetivo propuesto y no perder el enfoque del proyecto. Esta adaptación es indispensable porque se fomenta la capacidad de ser versátiles ante las circunstancias durante la ejecución del proyecto, con posibilidades de dar respuesta en la medida en que se desarrollan las nuevas rutas del proyecto con una perspectiva abierta y flexible.

### **Evaluación**

En el proyecto sirve para realizar un seguimiento en cada actividad y mejorar aquello que no va bien, permite encontrar nuevas estrategias para corregir rutas y apalancarse en las que están obteniendo buenos resultados, de tal manera que se facilite una trazabilidad y se generen nuevas ideas creativas desde el aporte de cada integrante.

### **1.3. Enfoque conceptual**

En este Plan se entiende que la comunicación estratégica organizacional es el elemento clave para un comunicador que busque incidir en los procesos y en los proyectos de forma positiva y con alto impacto. La comunicación estratégica analiza el entorno para decirnos hacia dónde vamos, qué necesitamos, cómo vamos a lograrlo y retroalimenta constantemente el direccionamiento estratégico del proyecto para establecer qué mejoras se pueden hacer.

La comunicación se ha convertido en un elemento estratégico, debido a la mayor valoración de los activos intangibles, como marca, reputación, imagen, responsabilidad social, talento, conocimiento y capital organizacional. Por eso, el enfoque de la comunicación estratégica es identificar e interactuar con cada grupo de interés, integrar todas las áreas de una organización, alinear las acciones de cada grupo con un propósito superior y direccionar el rumbo de cualquier proyecto (Forero, 2011).

La Gestión Estratégica es el arte y la ciencia de formular, implantar y evaluar las decisiones a través de las funciones que permitan a una organización lograr sus objetivos. Se centra en la integración de las actividades de la gerencia, y sus áreas funcionales de recursos humanos, finanzas, contabilidad, operaciones, investigación y desarrollo y sistemas de información (David, 2003).

La Gestión Estratégica en el ámbito del proyecto LAJC tiene como vector común la necesidad de mantener la línea de acción, la comunicación hace el papel fundamental para

que la información sea la adecuada y no se improvise en la estrategia que se va a llevar a cabo. Con la Gestión Estratégica se desarrolla la imagen comunicacional del proyecto, una estrategia que busque permanecer en el tiempo y facilitar el logro de los objetivos compartidos.

### **2. Operación**

Se trata de la parte operativa del plan de comunicación en la que se formulan los distintos componentes que facilitarán el trabajo de los diversos grupos desde una mirada estratégica y de alto impacto.

#### **2.1. Grupos de interés**

Están constituidos por aquellas personas con los que se relaciona el LAJC de forma permanente y directa, cada uno desempeña un rol fundamental en el desarrollo y cumplimiento de los objetivos del proyecto, por este motivo, todos deben ser tenidos en cuenta en el despliegue de tácticas y actividades que se planteen. Están organizados de la siguiente forma:

##### **2.1.1. Vínculos Laterales**

De acuerdo con los vínculos laterales existentes, comprendidos como los grupos de gestión de lideran, dinamizan, coordinan y evalúan las distintas acciones del LAJC, se caracterizan por el trabajo colaborativo y tipo de relación horizontal, ellos son:

#### **Comité estratégico**

**A. DEFINICIÓN:** equipo de líderes que se encargan de analizar el entorno interno y externo para direccionar la estrategia y la ruta a seguir de todo el proyecto.

#### **B. INTEGRANTES**

- Director de la Escuela de Pensamiento Creativo
- Jefe de la carrera de Diseño de Modas
- Jefe de la carrera de Diseño Gráfico

#### **C. RESPONSABILIDADES**

- Planificar la estrategia y hacer seguimiento a los objetivos del proyecto.
- Acompañar el desarrollo del proyecto y liderar la comunicación con los directivos y con los diferentes líderes de los grupos de trabajo del proyecto de forma asertiva y oportuna.
- Velar por el cumplimiento de los hitos del proyecto y que todos los procesos y productos estén alienados con el pensamiento institucional de Colegiatura.
- Administrar y controlar la ejecución presupuestal del proyecto.
- Gestionar de forma efectiva y eficaz imprevistos, eventualidades y situaciones de crisis que se puedan presentar en el curso del proyecto.

## Plan de Comunicación LAJC

- Realizar los ajustes necesarios para el adecuado rumbo del proyecto.
- Solicitar informes, asignar actividades y realimentar de forma oportuna y asertiva a los distintos integrantes de los grupos de trabajo del LAJC.

### **Comité de Jóvenes Creadores**

**A. DEFINICIÓN:** equipo encargado de desarrollar y liderar de forma conjunta y articulada, de acuerdo con la experticia propia de cada campo de conocimiento, las actividades, gestiones y creaciones requeridas para el logro de los objetivos del LAJC.

### **B. INTEGRANTES**

- Estudiante representante de Diseño de Modas
- Estudiante representante de Diseño Gráfico
- Estudiante representante de Diseño de Espacios\Escenario
- Estudiante representante de Comunicación Organizacional
- Estudiante representante de Comunicación Publicitaria

### **C. RESPONSABILIDADES**

- Articularse y comunicarse de forma permanente y oportuna para el adecuado logro de los objetivos propuestos.
- Procurar efectividad en el trabajo en equipo en condiciones de equidad, participación y respeto por los tiempo y saberes de cada integrante.
- Realizar seguimiento periódico a los entregables, hitos, cronogramas y responsabilidades que demande el LAJC.
- Ser el puente facilitador entre los estudiantes de los respectivos grupos de trabajo así como con los demás integrantes internos y externos del LAJC.
- Informar el estado del proyecto y mostrar avances de cada equipo cada que se requiera.
- Canalizar las dudas, desorientaciones o incertidumbres derivadas de la ejecución del proyecto con sus respectivos docentes facilitadores para que desde un conducto regular se puedan superar todo tipo de vacíos en el proceso.
- Todos los integrantes deberán participar, aportar y tener siempre una excelente actitud de trabajo en equipo.

### **Comité de Gestión Académico-administrativa**

**A. DEFINICIÓN:** equipo para la facilitación y el liderazgo del proyecto, que aporta desde sus conocimientos y experiencia para la ejecución de actividades planteadas, de los hitos establecidos, los objetivos formulados y las diversas situaciones que se puedan presentar en el curso del proyecto.

### **B. INTEGRANTES**

## Plan de Comunicación LAJC

- Docente facilitador de Diseño de Modas
- Docente facilitador de Diseño Gráfico
- Docente facilitador de Diseño de Espacios\Escenario
- Docente facilitador de Comunicación Organizacional
- Docente facilitador de Comunicación Publicitaria

### C. RESPONSABILIDADES

- Liderar y trazar la ruta del componente académico del proyecto LAJC.
- Liderar e implementar las acciones y actividades de gestión que requiera el proyecto LAJC y sus diversos niveles organizacionales.
- Dinamizar los marcos conceptuales y las herramientas metodológicas con las que cada equipo va a realizar su respectiva gestión desde su ámbito disciplinar.
- Generar espacios de reflexión, seguimiento y gestión que lleven a la creación y ejecución de nuevas ideas y propuestas creativas.
- Acompañar y orientar de forma asertiva y oportuna a los equipos de estudiantes en sus respectivos procesos.
- Establecer comunicación abierta y permanente con todos los integrantes del proyecto y con quienes de forma externa se requiera generar determinado nivel de interacción para cumplir los objetivos.
- Ser un facilitador de procesos con proactividad, asertividad y trabajo en equipo.
- Velar por generar el mayor nivel posible de articulación entre su respectivo grupo de trabajo y los demás grupos, instancias o grupos de interés del proyecto LAJC.

#### 2.1.2. Niveles del Proyecto

Por niveles de proyecto se entiende los diversos grados de responsabilidad y acción dentro del esquema organizacional del proyecto, lo cual está ligado con la estructura de cargos, responsabilidades, conocimientos y experiencia con la que cada integrante del proyecto cuenta.

#### Niveles gerenciales o de coordinación

A continuación, se relacionan las fichas de responsabilidades y competencias de los roles claves de liderazgo y coordinación del proyecto con el fin de tener claridad organizacional, sistematizar el proceso y formalizar prácticas para su gestión estratégica dentro del LAJC.

Líder Institucional
<b>1. Identificación del rol</b> Denominación: Líder institucional

Nivel: gerencial

Cargo: Dirección del Saber Sostenible

## **2. Descripción**

Direccionamiento máximo del LAJC desde el rol institucional que se desempeña en la organización, comunicación directa con los niveles directivos de Colegiatura y con los líderes del proyecto para acompañar, asesorar, hacer seguimiento y resolver necesidades que durante el proceso se generen.

## **3. Responsabilidades**

- Acompañar los procesos e hitos del proyecto
- Conocer los avances claves de los equipos de trabajo y del proyecto en general
- Estar en permanente interlocución con los líderes del proyecto
- Mantener informado a las instancias directivas y decisionales de Colegiatura respecto del avance y estado del proyecto LAJC.
- Hacer seguimiento al cumplimiento de los objetivos establecidos en la estrategia del proyecto.
- Liderar la toma de decisiones claves respecto de asuntos ligados a la gestión del talento humano del proyecto
- Proponer acciones de mejora para el proyecto.

## **4. Criterios de desempeño**

- Relaciones internas y externas en beneficio del proyecto.
- Toma de decisiones coherentes con las directrices institucionales y las necesidades de los procesos.

## **5. Relaciones internas y externas**

**Internamente interactúa con:** instancias directivas y decisionales de Colegiatura y líderes del proyecto

## **6. Competencias conductuales**

- Pensamiento crítico
- Comunicación asertiva
- Pensamiento estratégico
- Liderazgo
- Respuesta a situaciones de crisis
- Orientación a resultados
- Desarrollo y dirección de personas

**Líder de Proyecto**

### **1. Identificación del rol**

Denominación: Líder de Proyecto

Nivel: gerencial

Cargo:

- Director de la Escuela de Pensamiento Creativo
- Jefe de carrera de Diseño de Modas
- Jefe de carrera de Diseño Gráfico

### **2. Descripción**

Es la instancia que planea, lidera, articula, evalúa y realiza los ajustes necesarios para el logro de los objetivos del proyecto, sus hitos, entregables y compromisos tanto internos como externos con el fin de que esté alineado con el marco conceptual del laboratorio articulado y con el pensamiento institucional.

### **3. RESPONSABILIDADES**

- Liderar el LAJC de acuerdo con el alcance, tiempo y recursos formulados en el proyecto.
- Articular todos grupos de trabajo para procurar cumplir con la vocación del Jóvenes Creadores.
- Hacer un seguimiento al cronogramas, estrategias y tácticas propuesta por los equipos de trabajo.
- Acompañar en lo que requieran los diversos vínculos laterales del proyecto.
- Operar y desplegar las orientaciones institucionales emitidas desde el nivel directivo de Colegiatura.
- Acompañar y orientar de forma asertiva y oportuna el talento humano vinculado al proyecto.
- Movilizar y vincular los distintos actores vinculados con el proyecto, tanto internos como externos.
- Liderar la toma de decisiones dentro de los procesos curatoriales del LAJC para el cumplimiento de los objetivos planteados.
- Evaluar y hacer seguimiento al alcance, tiempo y presupuesto formulados en el proyecto.
- Mantener comunicación permanente, abierta y asertiva con todos los grupos de interés e instancias internas y externas relacionadas con el proyecto.
- Liderar las acciones y estrategias que se generen para la atención de situaciones de crisis.
- Generar los informes que sean requeridos por la instancia directiva de la institución.
- Ser voceros institucionales cada vez que se requiera en las diversas actividades, hitos o acciones con medios de comunicación.

#### **4. CRITERIOS DE DESEMPEÑO**

- Acciones para la revisión y el cumplimiento de objetivos, alcance, tiempo y recursos del proyecto LAJC.
- Relevancia de las relaciones internas y externas.
- Acciones para la integración y compromiso de todos los participantes del LAJC.

#### **5. RELACIONES INTERNAS Y EXTERNAS**

**Internamente interactúa con:** vínculos laterales, equipos de trabajo, direccionamiento estratégico de la organización.

**Externamente interactúa con:** Aliados estratégicos, contratistas y proveedores, instituciones públicas y empresas privadas con interés en el proyecto.

#### **6. COMPETENCIAS CONDUCTUALES**

- Liderazgo
- Comunicación asertiva
- Trabajo en equipo
- Orientación a resultados
- Iniciativa y proactividad
- Pensamiento estratégico
- Planificación

**Coordinador Creativo**

**1. Identificación el empleo**

Denominación: coordinador creativo

Nivel: coordinación

Cargo: docente facilitador de Diseño Gráfico

**2. Descripción**

Es el encargado de velar por la coherencia y creatividad del proyecto y sus entregables, desde el marco conceptual, narrativo, estético y comunicacional y su alineación con la marca Colegiatura y con el pensamiento institucional.

**3. Responsabilidades**

- Proyectar y pensar posibilidades de despliegue del concepto creativo que orienta el LAJC
- Velar por el cumplimiento, desarrollo y profundidad de las estrategias creativas del proyecto.
- Orientar los procesos para procurar calidad de la forma y el fondo en los productos derivados del LAJC.
- Orientar y motivar a los equipos de trabajo para lograr un desempeño de alta calidad.
- Establecer interlocución permanente con los líderes del proyecto, con sus pares, docentes y demás comités para procurar la cohesión interna del proyecto.
- Establecer interlocución y seguimiento permanente con aliados estratégicos y proveedores para garantizar el cumplimiento en óptimas condiciones de las relaciones, condiciones y requerimientos que tiene el proyecto LAJC y para que sus entregables y productos cumplan con los parámetros de calidad propios de Colegiatura.
- Asesorar y acompañar desde su experticia a las instancias de liderazgo y dirección estratégica de la organización en los momentos que se requiera y en las situaciones crisis organizacional.

**4. CRITERIOS DE DESEMPEÑO**

- Calidad del producto final.
- Acciones tomadas para velar por la coherencia del proyecto y la filosofía institucional.
- Acciones tomadas para la interiorización del concepto a desarrollar en el proyecto.
- Acciones que verifiquen el acompañamiento a los diversos grupos de trabajo.
- Acciones realizadas que evidencien la interlocución permanente y oportuna con los grupos internos y externos de interés para el proyecto LAJC.

**5. RELACIONES INTERNAS Y EXTERNAS**

6. **Internamente interactúa con:** vínculos laterales, equipos de trabajo, líderes del proyecto.
7. **Externamente interactúa con:** Aliados estratégicos, contratistas y proveedores.

#### **8. COMPETENCIAS CONDUCTUALES**

- Creatividad
- Proactividad
- Innovación
- Capacidad adaptativa

### **Coordinador estratégico**

#### **1. Identificación del rol**

Denominación: Coordinador estratégico

Nivel: Coordinación

Cargo: Docente Facilitador de Comunicación Organizacional

#### **2. Descripción**

Es el encargado de orientar las acciones de desarrollo humano organizacional del proyecto, su orientación desde la comunicación estratégica y la cohesión desde dichas áreas de los grupos de interés internos del proyecto.

#### **3. RESPONSABILIDADES**

- Acompañar a las instancias de liderazgo del proyecto en la gestión de la comunicación estratégica del LAJC.
- Acompañar y asesorar a las instancias de liderazgo del proyecto en los procesos de cambio, cultura, clima y gestión de crisis del proyecto.
- Coordinar las acciones necesarias para que desde los grupos de trabajo se logre el alcance, tiempo y recursos formulados en el proyecto LAJC.
- Valer por el cumplimiento de la vocación de articulación de las diversas áreas de trabajo del proyecto desde la perspectiva académica y de gestión.
- Mantener permanente comunicación con las instancias de liderazgo y de operación del proyecto para facilitar los procesos de desarrollo humano organizacional del proyecto.
- Realizar seguimiento y generar recomendaciones sobre el curso de los procesos del proyecto.

#### **4. CRITERIOS DE DESEMPEÑO**

- Cumplimiento del cronograma del proyecto
- Acciones orientadas al desarrollo humano organizacional del proyecto
- Acciones de comunicación permanente con los grupos de interés internos del proyecto

## 5. RELACIONES INTERNAS Y EXTERNAS

**Internamente interactúa con:** instancias de liderazgo del proyecto y direccionamiento institucional, equipos de trabajo, públicos internos del proyecto.

## 6. COMPETENCIAS CONDUCTUALES

- Orientación al resultado
- Orientación al detalle
- Pensamiento estratégico
- Trabajo en equipo
- Proactividad
- Planeación
- Comunicación asertiva

### 2.1.3. Grupos de interés internos y externos

A continuación, se relacionan los diferentes actores que tienen relación con el proyecto y su nivel de participación en el LAJC:

Nivel	Actor
<b>Gerencial</b>	Gerente del LAJC
	Director estratégico
	Director creativo
	Director operativo
<b>Coordinación</b>	Coordinador de equipo de estudiantes
	Coordinador administrativo y logístico
	Coordinador de diseño
<b>Gerencial</b>	Rector
	Estratega de marca de Colegiatura
	Subdirector de relacionamiento comercial de Colegiatura
	Coordinador de comunicaciones de Colegiatura
<b>Coordinación</b>	Jefe de Carrera de Diseño de Modas
	Jefe de Carrera de Diseño Gráfico
	Jefe de Carrera de Diseño Espacios/Escenarios
	Jefe de Carrera de Comunicación Organizacional
	Jefe de Carrera de Comunicación Publicitaria
	Jefe de Carrera de Comunicación en Narrativas Transmedia
<b>Asesor</b>	Egresado de pregrado de diseño
	Egresado de pregrado de comunicación
	Ex participante de LAJC
<b>Táctico</b>	Representante diseño de modas
	Representante diseño gráfico

## Plan de Comunicación LAJC

Nivel	Actor
	Representante diseño espacios/escenarios
	Representante comunicación organizacional
	Representante comunicación publicitaria
	Docentes Facilitadores
	Estudiantes Jóvenes Creadores
<b>Aliado estratégico interno</b>	Laboratorio de relacionamiento comercial
	Laboratorio de Marca
	Laboratorio Relacionamiento comercial y el académico
	Laboratorio de Relacionamiento empresarial
	Bien-estar
	Permane-ser
	Subdirección de interculturalidad,
	Subdirección de Investigación
	Subdirección de Planeación.
<b>Aliado estratégico externo</b>	Agencia de modelaje
	Agencia de textiles
	Agencia de insumos y materia prima para vestuario
	Agencia de insumos para espacios
	Medios de comunicación
	Generadores de contenido
	Inexmoda
	Familiares de Jóvenes Creadores
	Aspirantes y familias
	Patrocinadores
	Empleados Colegiatura
	Sector productivo
	Sector cultural
	Expertos en los sectores de interés y disciplinas
	Colegios
Redes académicas y pares	

### **2.2.Objetivos:**

#### **Objetivo general**

Abordar la comunicación como vínculo estratégico, relacional y humano que permita la cohesión y articulación de los actores para el éxito de la estrategia del Laboratorio Articulado de Jóvenes Creadores.

#### **Objetivos específicos**

1. Planeación estratégica: planear la comunicación estratégica del Laboratorio Articulado Jóvenes Creadores de acuerdo con un análisis del entorno y de identificación de las necesidades del proyecto.

2. Gestión del conocimiento: gestionar de forma estratégica el conocimiento que se genera, circula y se reproduce en torno al proyecto LAJC.
3. Cultura Organizacional: movilizar a partir de las normas, hábitos y valores a cada integrante del LAJC desde el sentido de pertenencia por el proyecto.

### **2.3. Estrategias**

En el diseño y posterior implementación de un plan de comunicación estratégica es fundamental la construcción de estrategias que orienten las tácticas y justifiquen los medios a utilizar, de lo contrario el cumplimiento del propósito podría perderse en la cotidianidad del proyecto.

Las estrategias se constituyen como herramientas de dirección que permiten la satisfacción de las necesidades del público objetivo a quien está dirigida la actividad de la organización, a través de una interacción proactiva con su entorno y sus grupos de interés. Para su diseño se toman en cuenta los objetivos, el ADN del proyecto y de la organización, el propósito superior, el alcance planteado y el posicionamiento de marca que se quiere generar.

La estrategia de la comunicación para el proyecto es poder lograr un nivel de impacto en los grupos de interés desde el ejercicio comunicativo de forma significativa y permanente, con lo que se pretende generar cohesión y trabajo articulado entre todos los integrantes del LAJC y de esta manera poder llegar al éxito del proyecto.

A continuación se enuncian las áreas estratégicas del plan de comunicación para el LAJC 2021:

- **Planeación estratégica:**

Es un campo de gestión por excelencia de la gerencia estratégica, consiste en la búsqueda de una o más ventajas competitivas del proyecto para su puesta en marcha. Permite diseñar estrategias para crear o preservar su valor agregado en la sociedad en función de su quehacer misional, de sus objetivos, del ambiente, sus presiones y de los recursos disponibles (Medina, 2016).

Para efectos del presente plan de comunicación la planeación estratégica se compendia como la oportunidad para trazar una ruta que contribuya al logro de los objetivos y propósitos del Laboratorio Articulado Jóvenes Creadores a través del análisis de la situación presente y deseada a futuro, con el fin de establecer toda la plataforma estratégica y las tácticas que se utilizarán para alcanzarlos. La planeación estratégica construye soporte, crea consciencia, influye en el comportamiento, genera impacto y fortalece relaciones, así mismo permite realizar seguimiento, advertir riesgos y gestionar situaciones de crisis.

- **Gestión del conocimiento:**

Se trata de la habilidad de un proyecto para incrementar el conocimiento tácito y crear las condiciones previas para el intercambio de información cualificada entre los actores y grupos de interés dentro de una unidad organizativa, y entre las unidades de la organización. (Giraldo, 2018).

## Plan de Comunicación LAJC

Para llegar a un nivel óptimo en la gestión del LAJC se promoverá el aporte desde el talento cada persona y de esta manera se podrá fortalecer el conocimiento colectivo, se diseñarán acciones que resalten y promuevan la circulación y re-creación de las habilidades y competencias de los integrantes del LAJC. Será clave desde esta estrategia promover espacios de diálogo e intercambio de saberes con expertos, desde su formación, experiencia o trayectoria biográfica.

- **Cultura Organizacional:**

La cultura organizacional aporta un programa cognitivo, emocional y perceptivo con el que se resuelven los problemas internos y externos de alineación, se reduce la incertidumbre, se comprenden las conductas de sus miembros, se define el trato con sus grupos de interés, se coordinan y se logra la cooperación entre equipos, entre los demás actores estratégicos de un proyecto. (Gómez & Sarsosa Prowesk, 2011).

La cultura organizacional comprende las creencias, comportamientos, valores y lenguajes que se presentan en un proyecto, permite que este evolucione, y exista cohesión social y normativa para que todos los participantes del LAJC exploren y reten su potencial hasta el máximo para alienarse con el ADN del proyecto y de Colegiatura y de esta manera se les posibilite y facilite comunicarse y crear en torno al proyecto.

### 2.4. Tácticas:

Conjunto de métodos, acciones y actividades utilizados para lograr los objetivos formulados y el despliegue de las estrategias, se constituyen con unas acciones específicas, trazables, medibles y plenamente identificadas desde el alcance, tiempo y recursos requeridos.

### Planeación Estratégica

Actividad	Publico	Producto	Indicador
Realizar un cronograma general de trabajo en el que de manera semanal se evalúe el cumplimiento de los objetivos, hitos y acciones propuestas por parte de los equipos de trabajo	Directivos, líderes del proyecto y grupos de trabajo	El archivo de Excel compartido con el cronograma detallado.	Información documental verificable y actualizada en tiempo real.
Desarrollar un informe inicial que permita preparar el escenario de acción con los principales requerimientos en cuanto a comunicación estratégica	Directivos y líderes de proyecto, coordinador creativo y	Informe ejecutivo sobre principales necesidades desde la gestión de la comunicación	Información documental verificable

Plan de Comunicación LAJC

<b>Actividad</b>	<b>Público</b>	<b>Producto</b>	<b>Indicador</b>
	coordinador estratégico	estratégica del proyecto.	
Implementar plataforma digital que permita el seguimiento de las actividades y cumplimiento de las tareas (Asana).	Equipo líder y de seguimiento del proyecto y directivos.	Plataforma digital (Asana)	Sistema de información disponible
Realizar un panel donde la experiencia de los estudiantes y docentes puedan ser instruidos para la ejecución y fluidez dentro del LAJC; además donde ellos puedan participar generar opinión y aportar a la toma de decisiones.	Comité estudiantes y docentes.	Panel y acta de registro para proponer ajustes o acciones para el proyecto	Información documental verificables Panel con la participación del 95% de los integrantes del LAJC.
Conversaciones con los grupos internos y externos que permita una mayor comprensión del entorno y genere mayor relacionamiento en el proyecto. Este podrá ser logrado por medio constantes visitas, amplias conversaciones y retroalimentaciones de estas.	Grupo comunicación organizacional	Conversatorios de manera remota.	Registro audiovisual de dos conversatorios por semana con grupos de interés seleccionados de acuerdo con las acciones estratégicas formuladas y por los hitos del proyecto.

**Gestión del conocimiento**

<b>Actividad</b>	<b>Público</b>	<b>Producto</b>	<b>Indicador</b>
------------------	----------------	-----------------	------------------

Plan de Comunicación LAJC

Realizar un Webinar para un intercambio de ideas y conocimiento entre expertos, egresados y eventualmente coordinadores y personas dentro de Colegiatura para dinamizar la estrategia de gestión del conocimiento.	Grupos de trabajo interno, unidades de Laboratorio de Relacionamento Empresarial, Permane-ser, comunidad académica de Colegiatura	Webinar	Número de sesiones sobre número de participantes Porcentaje de participantes internos del LAJC mayor al 75%
Grupo focal para identificar y resolver trayectorias de trabajo conjunto.	Laboratorio de Relacionamento empresarial y Laboratorio Relacionamento comercial y el académico	Grupo focal y relatoría	Información documental y audiovisual registrada
Auditoría que permita capturar y retener información sobre cómo se vive, aplica y proyecta el conocimiento del LAJC.	Grupos de trabajo del LAJC	Auditoría presencial o remota.	Información documental que sistematiza el proceso

**Cultura Organizacional:**

<b>Actividad</b>	<b>Publico</b>	<b>Producto</b>	<b>Indicador</b>
Meditación grupal, guiada Paola Vásquez estudiante de la carrera Comunicación Organizacional llamada 'El saludo al Sol' para conectar con el interior y estar todos alineados con la esencia del proyecto. Esto permite la tranquilidad, la fluidez y la flexibilidad en el desarrollo de las actividades. La actividad deberá estar precedida por una introducción que la justifique y le de pertinencia.	Grupos de trabajo interno, unidades de Laboratorio de Relacionamento Empresarial, Permane-ser, comunidad académica de Colegiatura	Sesiones de yoga y meditación	Número de sesiones sobre número de participantes Porcentaje de participantes internos del LAJC mayor al 75%

## Plan de Comunicación LAJC

Socialización por medio de Charlas o actividades donde el enfoque sea el lenguaje plural, con el fin de consolidar más confianza entre todo el equipo y poder llegar al objetivo. Tiempo máximo de cada charla será de 10 minutos	Equipos de trabajo	Actividades o charlas interactivas	Registro audiovisual de cada charla y que se realiza el primer día de la semana.
---	--------------------	------------------------------------	--

### 2.5. Seguimiento y control:

El seguimiento y control del proyecto es clave para alcanzar los objetivos planteados, esto permite que se verifique el cumplimiento de las actividades para mejorar la eficiencia de los diferentes equipo de trabajo.

Para cumplir con el seguimiento de las acciones se deberán realizar encuentros periódicos que tendrán como prioridad la revisión de tácticas, indicadores y acciones dirigidas a todos los grupos de interés. Así mismo la comunicación con los líderes del proyecto será vital para darle continuidad al proceso para el cumplimiento de los objetivos.

### Bibliografía

- David, F. R. (2003). *Conceptos de Administración estratégica*. Ciudad de México: Pearson.
- Forero, C. P. (2011). *Posicionamiento de la comunicación estratégica como gestión gerencial en las empresas más grandes de Colombia*. Bogotá, Colombia: Universidad Sergio Arboleda.
- Giraldo, O. C. (2018). LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN LAS ORGANIZACIONES. *Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas*.
- Gómez, D. M., & Sarsosa Prowesk, K. (2011). Características de la cultura organizacional y comunicación interna en una comercializadora de lácteos de Cali. *Pensamiento Psicológico*.
- Medina, M. (28 de Julio de 2016). *Blogspot*. Obtenido de Planificación Estratégica: <http://planiniciaci.blogspot.com/2016/07/planificacionestrategica-segun-autores.html>