

**UNIVERSIDAD DE LA SABANA
INSTITUTO DE POSTGRADOS- FORUM**

ORIENTACIONES PARA SU ELABORACIÓN:

El Resumen Analítico de Investigación (RAI) debe ser elaborado en Excel según el siguiente formato registrando la información exigida de acuerdo la descripción de cada variable. Debe ser revisado por el asesor(a) del proyecto. EL RAI se presenta (quema) en el mismo CD-Room del proyecto.

No.	VARIABLES	DESCRIPCIÓN DE LA VARIABLE
1	NOMBRE DEL POSTGRADO	Especialización Gerencia Estrategica
2	TÍTULO DEL PROYECTO	Plan Estratégico De Comunicación Para La Socialización De Los Sistemas De Gestión De Avicol
3	AUTOR(es)	Cortés Machado Alvaro ,Martínez Rodas Juan Felipe
4	AÑO Y MES	2015 Mayo
5	NOMBRE DEL ASESOR(a)	
6	DESCRIPCIÓN O ABSTRACT	Avicol ha basado su fortalecimiento institucional en su sistema integral de gestión (SIGA), teniendo como principal herramienta su cultura organizacional, creada a través de los años, gracias a la experiencia en el relacionamiento con sus grupos de interés y los diferentes procesos mejorados constantemente. Siendo así, este trabajo busca establecer un plan estratégico de comunicación con el fin de crear sentido de pertenencia y compromiso en los líderes y colaboradores, por medio de la inclusión de creatividad, que ayude a ligar sus sentimientos y emociones, con el Sistema de Gestión de Avicol, mejorando los indicadores de gestión, para alcanzar los objetivos estratégicos de la compañía. Avicol has been about institutional strengthening in his comprehensive system of management (sistema integral de gestion) (SIGA),having as the main tool its values and organizational culture, created over the years, Due to the experiences in the relationship with its stakeholders and the different processes constantly improved. Therefore, This paper seeks the establishment of a strategic communication plan in order to create a sense of belonging and commitment in the leaders and contributors, in the form of creativly inclusion, that will help to link their feelings and emotions with the avicol system of management, to further improve the management indicators, to achieve the objectives set by the company.
7	PALABRAS CLAVES	Creatividad, Sentimientos, Emociones, Sistema Integral de Gestión, Comunicación
8	SECTOR ECONÓMICO AL QUE PERTENECE EL PROYECTO	Sector Avicola
9	TIPO DE ESTUDIO	Trabajo Aplicado, Programa de Comunicación Estrategica
10	OBJETIVO GENERAL	Diseñar estrategias de comunicación interna, con el fin de crear sentido de pertenencia y compromiso en los líderes y colaboradores, por medio de la inclusión de creatividad, que ayude a ligar sus sentimientos y emociones, con el Sistema de Gestión de Avicol, mejorando los indicadores de gestión, para alcanzar los objetivos estratégicos de la compañía
11	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar actividades de comunicación relacionadas que formalicen los procesos internos de comunicación y divulgación de las estrategias. • Fortalecer el desarrollo y estandarización de los procesos productivos mediante capacitaciones que mejoran el conocimiento del personal y por ende disminuyan los costos de la organización. • Creación de un programa de formación acorde a las necesidades del sistema de gestión de Avicol, que contribuya a la socialización de la calidad de sus productos. • Establecer una política de comunicación que imparta los lineamientos acordes a la estrategia propuesta por el negocio.
12	RESUMEN GENERAL	Es necesario elaborar el plan estratégico de comunicación para la empresa AVICOLA COLOMBIANA AVICOL con el fin de establecer los lineamientos y las estrategias de comunicación, a través de la creación de sentido de pertenencia dentro de sus colaboradores, motivando la creatividad para ligar sus sentimientos y emociones, teniendo como base los atributos de la empresa y sus sistemas de gestión, ayudando a consolidar sus procesos alineados a los objetivos estratégicos.

13	CONCLUSIONES.	<p>Avicol requiere formalizar las actividades de comunicación interna, con el fin de fortalecerse sus procesos productivos.</p> <p>La implementación de un plan estratégico de comunicaciones requiere del compromiso total de la alta dirección y en lo sucesivo, de la totalidad de los líderes de proceso, pues sus actividades transversales tienen impacto en los procesos internos y externos.</p> <p>Es necesario identificar personal de la organización destacado (líderes desde todos los niveles), que promuevan y ayuden a fortalecer la aplicación del SIGA y las estrategias de comunicación.</p> <p>La creación de espacios internos de comunicación entre los líderes y el personal operativo, genera oportunidades de mejora en los procesos y retroalimenta las actividades de comunicación.</p>
14	FUENTES BIBLIOGRÁFICAS	<p>Manual de Procedimientos y Documentos Compartimentos Libres de Newcastle Avicol Manual del Sistema Integral de Gestión de Avicol SIGA Molleda, J. C., Juan, R., & Carlos, J. (2010). Macroencuesta latinoamericana de comunicación y relaciones públicas. ORGANICOM, 7(13), 119–141.</p> <p>Pérez, R. A., & Estrategia, C. (2010). El estado del arte en la Comunicación Estratégica. Mediaciones Sociales, 10(1), 121–196.</p> <p>Preciado-Hoyos, Á., & Guzmán-Ramírez, H. (2012). Gestión de la comunicación estratégica en los sectores empresarial, de desarrollo y público. Estudio comparativo. Palabra Clave, 15(1), 128–159. doi: 10.2307/20627865</p>

Vo Bo Asesor y Coordinador de Investigación: