

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL DE LA UNIVERSIDAD LIBRE, SEDE CARTAGENA, DESDE LA PERSPECTIVA DE SUS USUARIOS¹

Carlos José Betín del Río²

RESUMEN

La presente investigación, busca comprender a partir de la percepción de los usuarios (estudiantes), como se desarrolla la comunicación organizacional en todos y cada uno de los procesos internos realizados por la Universidad Libre, Sede Cartagena. Para la consecución de dicho propósito se diseñó una encuesta que pone a consideración de los encuestados aspectos relacionados con los canales y sistemas de información a través de los cuales se documentan los procesos académicos y no académicos que se adelantan.

PALABRAS CLAVE

Comunicación organizacional, Canales de información, Sistema de información, flujo de la información.

ABSTRACT

This research, search includes from the perception of users (students), and develops the organizational communication at all and each of the internal processes conducted by the free University, Cartagena headquarters. A survey that makes considering the respondents aspects related to channels and information systems through which are documented in academic and non-academic processes being carried out was designed to achieve this purpose.

KEYWORDS

Organizational communication, information channels, information system, information flow channels.

INTRODUCCIÓN

Al hablar de comunicación organizacional, es claro relacionar este concepto con las empresas y la forma que tiene para llevar a cabo sus procesos de comunicación, además de ello cabe destacar que la variable información es determinante, debido a que esta es fundamentalmente la que afecta a los usuarios (estudiantes), y es por ellos que se deben tomar muy en serio el diseño de sistemas de información con

¹ Artículo resultado de la investigación "Análisis de la Percepción de los Usuarios de la Universidad Libre, Sede Cartagena, de la efectividad del sistema de comunicación organizacional de la institución", investigación adelantada para optar por el título Especialista en Gerencia de Proyectos.

² Administrador de Comercio Exterior. Especialista en Gerencia de Mercadeo. Estudiante de la Especialización en Gestión de Proyectos. Coordinador del Departamento de Mercadeo y Publicidad de la Universidad Libre, Sede Cartagena. Correo electrónico: carlos.betin@unilibrectg.edu.co

canales claramente definidos a través de los cuales fluya en el sentido correcto la información necesaria para la resolución de inquietudes a los usuario. Es pertinente en estos momentos citar algunos de los principales autores que tratan las temáticas de comunicación y comunicación organizacional.

Para la apropiada comprensión del proceso de comunicación organizacional y su desarrollo en las organizaciones, se hace necesario observar el concepto de comunicación, por lo cual se procede a abordarlo desde diversos autores.

LA COMUNICACIÓN

Es la interacción de las personas que entran en ella como sujetos. No solo se trata del influjo de un sujeto en otro, sino de la interacción. Para la comunicación necesita como mínimo dos personas, cada una de las cuales actúa como sujeto, Riviere (1971, pág. 89)

La comunicación es el proceso de transmitir una información en común, donde se puede decir que hay comunicación cuando la información transmitida por la persona A a la persona B, es comprendida por el receptor, de tal forma que lo que estaba en la mente de A, coincide con lo que acaba por estar en la mente de B. Rodríguez (2003)

El proceso por medio del cual los miembros recolectan información pertinente acerca de su organización y los cambios que ocurren dentro de ella... La comunicación ayuda a los miembros a lograr las metas individuales y de organización, al permitirles interpretar el cambio de la organización y finalmente coordinar el cumplimiento de sus necesidades personales con el logro de sus responsabilidades evolutivas en la organización. (Kreps, 1995, p. 118)

La comunicación es un fenómeno presente en cualquier actividad cotidiana; por lo tanto, es inherente al ser humano. Ningún grupo puede existir sin la comunicación, sin la transferencia de significados entre sus miembros. (Sánchez y Novoa, 2007, pág. 4)

La comunicación es el intercambio de información entre un emisor y un receptor y la transferencia (percepción) de su significado entre las personas involucradas Kreitner y Kinicki (1997, p. 401)

La comunicación se describe como una forma de llegar a otros transmitiéndoles ideas, hechos, pensamientos, sentimientos y valores, con la meta de entendimiento del mensaje por parte del receptor. Newstrom (2007)

La comunicación, implica “un intercambio de información entre dos o más personas”, destacándose que la transmisión de significados, información e ideas incluye la comprensión del significado. Gordon (1997, pág. 260)

Comunicar es ser capaz de transmitir los mensajes de modo que la gente los entienda y acepte con facilidad. Hersey, Blanchard y Johnson (1999, p. 336)

Toda vez que se analizaron los diversos conceptos de comunicación es pertinente observar lo propuesto por diversos autores en materia de comunicación organizacional, por ello a continuación se presentan las más relevantes posturas al respecto.

Keith y Newstrom (2003) resaltan la importancia de la comunicación dentro de la organización por medio de la socialización de métodos, para la transmisión de los elementos fundamentales de la cultura organizacional y la individualización.

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, Fernández (1999).

Según Kreps (1995), la comunicación organizacional “es el proceso por medio del cual los miembros recolectan información pertinente acerca de su organización y los cambios que ocurren dentro de ella. Pablos, Ramírez y Román (2016), proponen cuatro variables principales que permiten el análisis de la comunicación organizacional. Las variables son mencionadas a continuación.

CONTENIDO

La información debe ser clara y con un grado de detalle ajustado al nivel de la toma de decisiones. Se debe referir tanto a situaciones externas como internas, a cuestiones financieras como operacionales. Para el caso de los niveles directivo y gerencial, los informes deben relacionar el desempeño de los objetivos y las metas fijadas.

FLUJO DE LA INFORMACIÓN

El flujo informativo debe circular en todos los sentidos: ascendente, descendente, horizontal y transversal, es fundamental para la conducción y control de la entidad disponer de la información satisfactoria, en tiempo y en el lugar necesario, y por ende, el diseño del flujo informativo y su posterior funcionamiento adecuado, deben constituir preocupaciones centrales para los responsables de la entidad, para la toma de decisiones, si no de nada serviría.

CALIDAD DE LA INFORMACIÓN

La información disponible en la entidad debe cumplir con los atributos de: contenido apropiado, oportunidad, actualización, exactitud y accesibilidad, esta norma plantea las cuestiones a considerar con vistas a formar juicios sobre la calidad de la información que utiliza una entidad y hace imprescindible su confiabilidad, es deber de la autoridad superior, responsable del Control Interno, esforzarse por obtener un grado adecuado de cumplimiento de cada uno de los atributos mencionados.

EL SISTEMA DE INFORMACIÓN

El sistema de información debe diseñarse atendiendo a la estrategia y programa de operaciones de la entidad, la calificación del sistema de información se aplica, tanto al que cubre la información financiera de una entidad como al destinado a registrar otros procesos y operaciones internas.

Después de abordar los distintos referentes y observar sus distintas perspectivas, se puede indicar que se tomará el enfoque propuesto por Pablos, Ramírez y Román (2016), pero aplicando el análisis de las variables ajustadas a la perspectiva de los usuarios (estudiantes). Lo anterior debido a que lo expuesto por estos autores permite observar la comunicación organizacional, como un conjunto integral de variables que abordan un amplio espectro de aspectos, que permite la evaluación de varias áreas. El enfoque seleccionado contempla de la calidad del contenido hasta, el sistema de información y también pone a consideración el funcionamiento de los canales de información.

La importancia de estos conceptos para esta investigación se fundamenta en que son ellos lo que sirven de punto de partida para el análisis de las variables que se encuentran ligadas al proceso de comunicación organizacional y enfrentar dichas variables frente a la realidad vivenciada en la Universidad Libre, Sede Cartagena, y de dicho modo establecer un diagnóstico inicial de la comunicación.

MÉTODO

MÉTODO Y ENFOQUE DE INVESTIGACIÓN

La recopilación de diversas fuentes, el contraste de las posturas de los distintos autores, permitirán comprender la evolución de los conceptos y características de la comunicación organizacional, y a partir de analizar las perspectivas teóricas con los procesos de comunicación que se dan en la Universidad Libre, Sede Cartagena, se podrá generar nuevos conocimientos que tendrán su repercusión tanto en la organización como en la academia. Lo anterior sin duda alguna, indica que el método empleado en la presente investigación es deductivo.

El enfoque empleado en el presente estudio es cuantitativo, por tratarse de un estudio que emplea la encuesta como método de recolección de datos, además se utiliza la escala Likert, donde se evalúan cinco posturas que puede asumir el encuestado, muy en desacuerdo, en desacuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo, de acuerdo y muy de acuerdo.

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

La población estudiada en la presente investigación, son los usuarios (estudiantes), a quienes se les aplica una encuesta que permite el obtener la postura frente a variables propias de la comunicación. Ello visto desde punto de vista del servicio recibido por ellos.

El tipo de análisis empleado en la investigación es cuantitativo, debido a que se utiliza un instrumento con una escala (Likert) y se procesan los datos recibidos en esta, mediante una matriz dinámica de Excel.

POBLACIÓN Y MUESTRA

La población de estudio son los estudiantes, por ser ellos los usuarios de la Institución. En la actualidad se encuentran registrados 1340 estudiantes como matriculados, cifra que constituye la población. La fórmula estadística empleada para el muestreo es la siguiente:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

N = Total de la población = 1340

Z α = 1.96 al cuadrado (si la seguridad es del 95%) = 1,96

p = proporción esperada (en este caso 5%) = 0.05

q = 1 - p (en este caso 1-0.05) = 0.95

d = precisión (en su investigación use un 5%) = 0,03

$$\frac{1340 * 1,96^2 * 0,05 * 0,95}{0,0009 * (1340 - 1) + 196^2 * 0,05 * 0,95} = 176$$

Lo anterior arroja una muestra representativa de 176 estudiantes, que deben ser encuestados.

TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN Y PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

El procesamiento de la información se realizará mediante una matriz dinámica de Excel que posee un conjunto de fórmulas que permiten calcular las frecuencias, porcentajes y generan automáticamente las gráficas resultado del procesamiento de los datos. El instrumento a utilizar es una encuesta.

Otro aspecto importante a indicar son las variables que se estudiarán, las cuales son resultado del análisis del marco teórico, donde se identificaron aquellas que facilitan la comprensión de la comunicación organizacional como proceso propio de las organizaciones. Ahora se procede anexas el mapa de variables u operacionalización de variables. **Tabla 1.**

TABLA 1. Mapa de variables

VARIABLE	DIMENSIÓN
Contenido	Precisión en la información
	Extensión de la información
	Consistencia de la información
Flujo de la información	Efectividad de los canales de información
	Facilidad de obtención de información
	Sincronía de la información
Calidad de la información	Actualización de la información
	Accesibilidad a la información
	Confiabilidad de la información
El sistema de información	Estructura del sistema de información
	Barreras de información
	Fluidez de la información
Eficiencia y eficacia	Logro de los objetivos
Retroalimentación	Resolución de quejas y reclamos

Fuente: Elaboración del autor.

RESULTADOS

Toda vez que se analizaron las diferentes posturas mostradas por diversos autores, se pudo llegar a la conclusión que las variables Contenido, Flujo de la información, Calidad de la Información, El sistema de información, Eficiencia y Eficacia y Retroalimentación; son empleadas para analizar los proceso de comunicación al interior de las organizaciones, dichas variables deben ser observadas desde la perspectiva de los usuarios, por cual se deben reajustar para ser comprendidas por los estudiantes (usuarios). Lo anterior se constituye en repuesta par el objetivo específico número uno.

Consecuentemente, se analizaron los resultados, producto de la aplicación del instrumento, se puede indicar que las principales falencias están en la estructura del sistema de información, lo cual afecta a los canales de información, desencadenando que la coherencia y la actualización de la información suministrada a los usuarios no sea del todo coherente y a su vez afecta la fácil obtención de la información puntual requerida por los usuarios. Es preocupante que los resultados arrojaron un 45 % de los encuestados consideran que existe inconsistencias en la información recibida, lo cual demuestra ser el aspecto con mayores falencias. Para mayores detalles observar los anexos donde se detallan alas graficas con los resultados obtenidos.

Es coherente decir que los resultados de la presente investigación generan impactos en el desempeño del servicio en general prestado por la Universidad Libre, Sede Cartagena, esto debido a que el análisis de los aspectos comunicacionales y de información repercuten en todas y cada una de las áreas, y son decisivos para el correcto manejo de los proceso internos y externos. Ahora bien, los resultados podrán ser tomados como referentes de mejoramiento y como base para el desarrollo de investigaciones más profundas.

DISCUSIÓN

Bajo los resultados y enmarcados en los principales aportes conceptuales sobre comunicación, comunicación organizacional y sus componentes, se ha podido llegar a las conclusiones, que la teoría dista grandemente de la realidad observada en los procesos adelantados en el interior de la Universidad, algunos aspectos como los canales de comunicación no se enfocan adecuadamente y el sistema de comunicación en general no da fiel respuesta a lo que su naturaleza demanda.

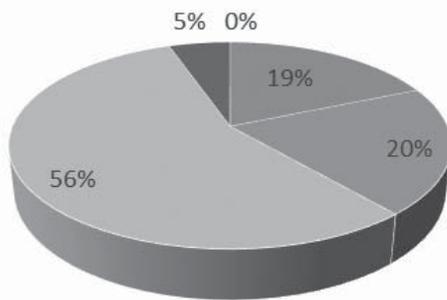
Ahora bien hay tener en cuenta que las distintas organizaciones se comportan de modos diferente y que es la naturaleza de las mismas es la que determina el comportamiento integral de sus sistemas y más su sistema de comunicación, para el caso particular de la Universidad Libre, Sede Cartagena se hace necesaria una valoración más profunda de los elementos que constituyen el sistema de comunicación, y de los comportamientos propios de estos, con la finalidad de establecer mejores formas de sincronía de la información que se transmite a sus usuarios (estudiantes).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Berlo, David (1984). El proceso de comunicación. Introducción a la teoría y a la práctica, Ateneo, Buenos Aires.
- Berlo, David (1996) El Pensamiento, Las organizaciones: comportamiento, estructura y procesos, Ateneo, Buenos Aires.
- Fernández, Collado & Carlos (1996). La Comunicación en las Organizaciones. Ed. Trillas. México.
- Fiske, J. (1982). Introducción al Estudio de la Comunicación. Editorial Norma, Colombia.
- Lasswell, H. (1995). Variables de análisis del proceso de comunicación. Introducción al estudio de la comunicación.
- Watzlawick, Beavin Johnson. (1985) Teoría pragmática de la comunicación humana. Barcelona. Editorial Herder.
- Pasquali, A. (2010). Comprender la Comunicación, Ed. Monte Ávila, Caracas.
- Reyes, I. (2003). La Comunicación en las Organizaciones de Salud, Ed. Minsa, Valencia.
- Rodríguez, J. (2003). El factor humano en la empresa. Bilbao: Deusto S.A.
- Wood, J. (2004). Communication Theories in Action. Belmont: Wadsworth.
- Defleur, M. (1989). Theories of Mass Communication. White Plains, NY: Longman.
- Proyecto Educativo Institucional, Universidad Libre, Acuerdo No. 04 de octubre de 2014.
- Ansede, P. (2010). La comunicación en las organizaciones en la sociedad del conocimiento. Consultado 30 de agosto de 2016. Consultado desde: <http://www.xente.mundo-r.com/ansede/comunica.pdf>
- Rizo, M. (2016). Comunicometodología y comunicación interpersonal. Presencias y ausencias en la comunicología mexicana. Consultado 30 de agosto de 2016. Consultado desde: <http://www.razonypalabra.org.mx/N/N67/actual/2mrizo.html>

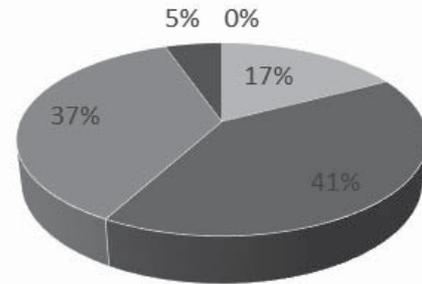
ANEXOS

GRÁFICA 1. Considera que la información que le facilitan es precisa para la solución de sus inquietudes



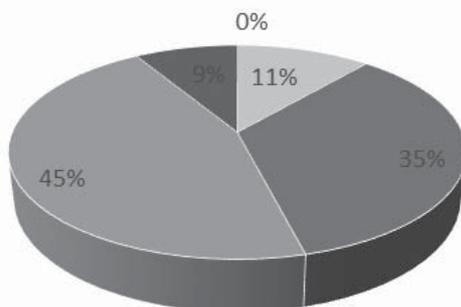
- Muy en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo - ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Muy de acuerdo

GRÁFICA 2. Considera que la extensión y alcance de la información que le facilitan es suficiente para solucionar sus inquietudes



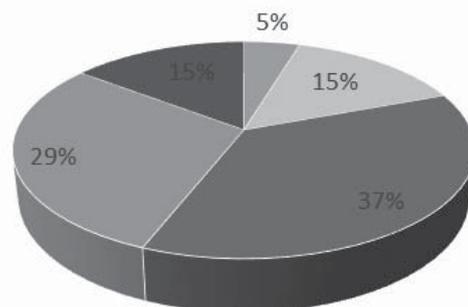
- Muy en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo - ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Muy de acuerdo

GRÁFICA 3. Considera que la información es consistente, ya que es precisa para adelantar sus procesos académicos



- Muy en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo - ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Muy de acuerdo

GRÁFICA 4. Considera que los canales de información son efectivos para mantenerse informado sobre todos los procesos académicos y no académicos



- Muy en desacuerdo
- En desacuerdo
- Ni de acuerdo - ni en desacuerdo
- De acuerdo
- Muy de acuerdo

**INSTRUCCIONES A LOS AUTORES PARA LAS PUBLICACIONES
DE LA PRÓXIMA EDICIÓN DE LA REVISTA
GERENCIA LIBRE
DE LA UNIVERSIDAD LIBRE – SECCIONAL CARTAGENA**

Parámetros para la elaboración de los artículos

Normas para presentación de artículos

La revista **Gerencia Libre** es una publicación anual de la Universidad Libre, Sede Cartagena. Se propone como principal objetivo la difusión de los avances y los resultados de proyectos de investigación en las áreas de las Ciencias Sociales realizados por miembros de la Universidad Libre y por colaboradores externos. Se concentra en publicar artículos de investigación, de reflexión y revisión, de acuerdo con las características definidas por Colciencias.

Sólo se reciben trabajos originales e inéditos, lo que implica que no deben haber sido publicados total o parcialmente. Los manuscritos deben ser enviados en idioma español y en archivo Word al correo institucional de la revista: gerencia.libre@unilibrectg.edu.co, con copia al correo: zilathromero@yahoo.com

REQUISITOS TÉCNICOS

La revista **Gerencia Libre** utiliza el estilo de citación entre paréntesis por autor y año: (Autor, año, páginas). La bibliografía debe estar elaborada según este mismo patrón. Las notas al pie de página se utilizan únicamente para explicar, comentar o complementar el texto del artículo. Para más detalles acerca del manejo de referencias bibliográficas, sugerimos consultar las normas internacionales de la *American Psychological Association* (APA). A continuación presentamos algunas especificaciones básicas:

Especificaciones Tipográficas

Papel: Tamaño carta

Fuente: Times New Roman, 12 puntos.

Espaciado:

- Texto a doble espacio y alineado a la izquierda, excepto en tablas y figuras.
- Dos espacios después del punto final de una oración

Márgenes: 3 centímetros por cada lado.

Abreviaturas

Cap. Capítulo
Ed. Edición
Ed. Rev. Edición revisada
Ed. (Eds.) Editor (Editores)
Trad. Traductor (es)
S.F. Sin fecha
p. (pp.) Página (páginas)
Vol. Volumen
Vols. Volúmenes
No. Número
Pte. Parte
Inf. Téc. Informe técnico
Suppl. Suplemento

CITAS:

Una cita es la expresión parcial de ideas o afirmaciones incluidas en un texto con referencia precisa de su origen o fuente y la consignación dentro de la estructura del texto. En el estilo APA se utilizan paréntesis dentro del texto en lugar de notas al pie de página o al final del texto, como en otros estilos. La cita ofrece información sobre el autor y año de publicación, que conduce al lector a las referencias bibliográficas que se deben consignar al final del documento.

Citas textuales:

Una cita es textual cuando se extraen fragmentos o ideas textuales de un texto. Las palabras o frases omitidas se reemplazan con puntos suspensivos (...). Para este tipo de cita es necesario incluir el apellido del autor, el año de la publicación y la página en la cual está el texto extraído.

Cuando la cita tiene menos de 40 palabras se escribe inmersa en el texto y entre comillas. Se escribe punto después de finalizar la cita y todos los datos.

Las citas que tienen más de 40 palabras se escriben aparte del texto, con sangría, un tamaño de letra un punto menor y sin comillas. Al final de la cita se coloca

el punto **antes** de los datos (recuerde que en las citas con menos de 40 palabras el punto se pone después).

Citas no textuales o parafraseadas:

En la cita de parafraseo se utilizan las ideas de un autor, pero no en forma textual sino que se expresan en palabras propias del escritor. En esta cita es necesario incluir el apellido del autor y el año de la publicación.

Normas según los autores:

Cuando son dos autores, sus apellidos van separados por “&”.

Cuando son de tres a cinco autores, la primera vez que se citan se indican los apellidos de todos. Posteriormente se cita solo el primero y se agrega et al. al segundo de punto (et al.).

Cuando son seis o más autores se cita el apellido del primero seguido de et al. desde la primera citación.

En el caso de que sea un autor corporativo se coloca el nombre de la organización en vez del apellido: ICBF (2010) afirma (...) / (...) los desplazados (ICBF, 2010)

Cuando el autor es anónimo, en vez del apellido se coloca la palabra “anónimo” y se tienen en cuenta todas las reglas anteriores.

Cita de una cita: Se realiza cita de una cita cuando se está teniendo acceso a fuentes secundarias de información. Es decir, cuando se accede a información de algún autor o entidad a través de otro autor, quien lo ha citado en su texto.

Referencias:

Las referencias están constituidas por un listado de los datos de cada fuente consultada para la elaboración de un trabajo y que aparecen citados en el texto. Este listado permite identificar y localizar las fuentes para cerciorarse de la información contenida allí o complementarla en caso de ser necesario. Todos los autores citados en el cuerpo de un texto o trabajo deben coincidir con la lista de referencias del final, nunca debe referenciarse un autor que no haya sido citado en el texto y viceversa.

La lista de referencias se hace con interlineado 1,5, cada una debe tener sangría francesa y el listado debe organizarse según el orden alfabético de los apellidos de los autores de las fuentes. Para la referenciación de

números o volúmenes de alguna publicación es necesario usar números arábigos y no romanos.

Referencia según fuente de la cita:

Libro:

- Forma básica: Apellido, Iniciales del nombre. (Año). *Título*. Lugar de publicación: Editorial.
- Libro con autor: Apellido, Iniciales del nombre. (Año). *Título*. Ciudad: Editorial.
- Libro con editor: Apellido, Iniciales del nombre. (Ed.). (Año). *Título*. Ciudad: Editorial.
- Libro online: Apellido, Iniciales del nombre. (Año). *Título*. Recuperado de <http://www.xxxxxx.xxx>
- Capítulo de un libro: Se referencia un capítulo de un libro cuando el libro es con editor, es decir, que el libro consta de capítulos escritos por diferentes autores. En ese caso se cita así: Apellido, Inicial del nombre. (Año). Título del capítulo o la entrada. En A. A. Apellido. (Ed.), *Título del libro* (pp. xx-xx). Ciudad: Editorial.

Publicaciones periódicas:

Artículos científicos:

- Forma básica para un solo autor: Apellido, A. A. (Fecha). Título del artículo. *Nombre de la revista*, volumen (número), pp-pp.
- Forma básica para varios autores: Apellido, A. A., Apellido, B. B. & Apellido, C. C. (Fecha). Título del artículo. *Nombre de la revista*, volumen (número), pp-pp.

Artículos de revista:

- Impreso: Apellido, A. A. (año, mes, día). Título del artículo. *Nombre de la revista*. Volumen (Número), pp-pp.
- Online: Apellido, A. A. (año, mes, día). Título del artículo. *Nombre de la revista*. Recuperado de <http://www.xxxxxx.xxx>

Nota importante:

Al referenciar revistas científicas cítelas por su nombre completo (no abreviado)

Absténgase de utilizar resúmenes como referencias.

Las referencias de artículos aceptados pero aún en trámite de publicación deberán designarse como “en prensa” o “próximamente a ser publicados”; los autores obtendrán autorización por escrito para citar tales artículos y comprobar que han sido aceptados para publicación, de acuerdo con las normas de derecho de autor.

El trabajo debe constar de las siguientes secciones:

Se emplea la metodología IMRYD (Introducción, Metodología, Resultados y Discusiones) con los siguientes apartados:

- Título, subtítulo (si lo tiene), nombre del autor (o autores)
- *Abstract* en español e inglés (máximo 200 palabras)
- Palabras clave (entre cinco y diez)
- Texto del artículo
- Obras citadas.
- Bibliografía.
- Tablas con sus textos.
- Figuras u otras ilustraciones con sus textos.
- Se debe incluir una breve reseña bibliográfica (máximo 150 palabras) del autor (o autores) que incluya sus títulos, cargos, filiación institucional y publicaciones, así como su dirección de correo electrónico.

Exclusividad

Se recibirán ensayos resultados finales de investigación, avances, o borradores, siempre que no sean remitidos a otro lugar para su publicación o que no hayan sido ya publicados en otra revista, compilación o texto.

Evaluación calificada por árbitros competentes (evaluación por pares)

En el desarrollo de las políticas fijadas por el consejo editorial y los criterios fijados por COLCIENCIAS, los artículos depositados en la revista, una vez recibidos serán enviados para la evaluación de pares externos o “árbitros competentes anónimos”, quienes certifican la originalidad y la calidad del documento.

Tanto la identidad de los pares evaluadores como la de los autores serán de conocimiento exclusivo del editor.

Los conceptos de evaluación de los artículos serán confidenciales, pero el resultado se hará saber a los autores.