

	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	F-AC-DBL-007	10-04-2012	A
Dependencia	Aprobado		Pág.	
DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	SUBDIRECTOR ACADEMICO		4(62)	

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	SUSANA ANDREA ÁLVAREZ REYES		
FACULTAD	EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES		
PLAN DE ESTUDIOS	COMUNICACIÓN SOCIAL		
DIRECTOR	ROBERT NAVARRO		
TÍTULO DE LA TESIS	DISEÑAR UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA LA SECRETARÍA DE HACIENDA EN LA ALCALDÍA MUNICIPAL DE OCAÑA, NORTE DE SANTANDER.		
RESUMEN (70 palabras aproximadamente)			
<p>Las estrategias de comunicación son acciones en las cuales combinar diferentes métodos, técnicas y herramientas, para lograr un cambio concreto en la comunidad universitaria a la cual va dirigida, estas se diseñan para lograr mejorar situaciones específicas en las personas.</p> <p>Se debe continuar utilizando las estrategias diseñadas, logrando que los funcionarios sientan motivación en su labor, siendo esta realizada con agrado y reflejando dicha situación en los clientes y visitantes.</p>			
CARACTERÍSTICAS			
PÁGINAS: 62	PLANOS:	ILUSTRACIONES:	CD-ROM:



**DISEÑAR UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA LA
SECRETARÍA DE HACIENDA EN LA ALCALDÍA MUNICIPAL DE OCAÑA,
NORTE DE SANTANDER.**

SUSANA ANDREA ÁLVAREZ REYES

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES
PLAN DE ESTUDIOS COMUNICACIÓN SOCIAL
OCAÑA
2014**

**DISEÑAR UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA LA
SECRETARÍA DE HACIENDA EN LA ALCALDÍA MUNICIPAL DE OCAÑA,
NORTE DE SANTANDER.**

SUSANA ANDREA ÁLVAREZ REYES

**Informe final presentado como requisito para optar el título de Comunicador Social,
bajo la modalidad de pasantías**

**Director
ROBERT NAVARRO
Comunicador Social**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES
PLAN DE ESTUDIOS COMUNICACIÓN SOCIAL
OCAÑA
2014**

CONTENIDO

	pág.
<u>INTRODUCCIÓN</u>	13
<u>1. DISEÑAR UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA LA SECRETARÍA DE HACIENDA EN LA ALCALDÍA MUNICIPAL DE OCAÑA, NORTE DE SANTANDER.</u>	14
<u>1.1 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA.</u>	14
<u>1.1.1 Misión.</u>	14
<u>1.1.2 Visión.</u>	15
<u>1.1.3 Objetivos de la empresa.</u>	15
<u>1.1.4 Descripción de la estructura organizacional</u>	15
<u>1.1.5 Descripción de la dependencia.</u>	16
<u>1.2 DIAGNÓSTICO INICIAL DE LA DEPENDENCIA ASIGNADA</u>	16
<u>1.3 OBJETIVOS DE LA PASANTÍA</u>	17
<u>1.3.1 General.</u>	17
<u>1.3.2 Específicos.</u>	17
<u>1.4 DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES A DESARROLLAR EN LA MISMA.</u>	18
<u>1.5 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.</u>	19
<u>2. ENFOQUES REFERENCIALES</u>	20
<u>2.1 ENFOQUE CONCEPTUAL</u>	20
<u>2.1.1 Administración pública.</u>	20
<u>2.1.2 Función pública</u>	20
<u>2.1.3. Objetivo.</u>	20
<u>2.1.4 Estrategia.</u>	21
<u>2.1.5 Comunicación.</u>	21
<u>2.1.6 Clasificación de las estrategias.</u>	22
<u>2.1.7 Estrategias de comunicación.</u>	23
<u>2.2 ENFOQUE LEGAL</u>	24
<u>2.2.1 Constitución Política de Colombia</u>	24
<u>2.2.2 Ley 489 de 1998.</u>	24
<u>3. INFORME DE CUMPLIMIENTO DE TRABAJO</u>	26
<u>3.1 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.</u>	26
<u>3.1.1 Diagnóstico del flujo de comunicación al interior de la Secretaría de Hacienda en la Alcaldía Municipal de Ocaña, Norte de Santander.</u>	26
<u>3.1.2 Desempeño de los elementos comunicativos al interior de la Secretaría de Hacienda en la Alcaldía Municipal de Ocaña, Norte de Santander.</u>	45
<u>3.1.3 Elementos internos de comunicación para la Secretaría de Hacienda en la Alcaldía Municipal de Ocaña, Norte de Santander.</u>	52
<u>4. DIAGNÓSTICO FINAL</u>	58

<u>5. CONCLUSIONES</u>	59
<u>6. RECOMENDACIONES</u>	60
<u>BIBLIOGRAFÍA</u>	61
<u>REFERENCIAS DOCUMENTALES ELECTRÓNICAS</u>	62

LISTA DE CUADROS

	pág.
Cuadro 1. Actividades	18
Cuadro 2. Cronograma	19
Cuadro 3. Funciones del personal del convenio	38

LISTA DE TABLAS

	pág.
Tabla 1. Medios utilizados para la comunicación con sus compañeros.	27
Tabla 2. Efectividad del medio utilizado para mejorar las relaciones entre sus compañeros.	28
Tabla 3. Pertinencia de implementar otro medio de comunicación dentro de la oficina secretaría de hacienda.	29
Tabla 4. Conocimiento sobre la misión y visión de su empresa	29
Tabla 5. Disposición para ser parte activa de la implementación de un boletín interno para la Secretaría de Hacienda	30
Tabla 6. Gusto por la implementación de actividades que le permitieran compartir con sus compañeros fuera de la estricta jornada laboral	31
Tabla 7. Disposición para realizar donaciones en obras sociales	32
Tabla 8. Existencia de buena comunicación de abajo a arriba entre subordinados y jefes	32
Tabla 9. Aceptación para recibir capacitación de manera continúa en temas relacionados con su actividad laboral	33

LISTA DE GRÁFICAS

	pág.
Gráfica 1. Medios utilizados para la comunicación con sus compañeros.	28
Gráfica 2. Efectividad del medio utilizado para mejorar las relaciones entre sus compañeros.	28
Gráfica 3. Pertinencia de implementar otro medio de comunicación dentro de la oficina secretaría de hacienda.	29
Gráfica 4. Conocimiento sobre la misión y visión de su empresa	30
Gráfica 5. Disposición para ser parte activa de la implementación de un boletín interno para la Secretaría de Hacienda	30
Gráfica 6. Gusto por la implementación de actividades que le permitieran compartir con sus compañeros fuera de la estricta jornada laboral	31
Gráfica 7. Disposición para realizar donaciones en obras sociales	32
Gráfica 8. Existencia de buena comunicación de abajo a arriba entre subordinados y jefes	32
Gráfica 9. Aceptación para recibir capacitación de manera continúa en temas relacionados con su actividad laboral	33

LISTA DE FIGURAS

	pág.
Imagen 1. Organigrama de la alcaldía municipal	15
Imagen 2. Reunión mensual Grupo TX	37
Imagen 3. Pantallazo correo electrónico de las funciones del Grupo TX	39
Imagen 4. Tributómetro.	40
Imagen 5. Circular 004.	41
Imagen 6. Incentivo laboral	43
Imagen 7. Día de la mujer	43
Imagen 8. Blog de la Secretaría de Hacienda	45
Imagen 9. Google calendar 1.	47
Imagen 10. Google Calendar 2	47
Imagen 11. Google Calendar 3	48
Imagen 12. Cartelera	48
Imagen 13. House Organ	49
Imagen 14. Correo electrónico de boletín interno 1	50
Imagen 15. Correo electrónico del boletín interno 2	50
Imagen 16. Diseño boletín interno	51
Imagen 17. Celebración de cumpleaños	51
Imagen 18. Entrega de mercados	53
Imagen 19. Juego de parques	54
Imagen 20. Día de los niños	54
Imagen 21. Capacitación a los empleados	57

RESUMEN

Para el diseño de una estrategia de comunicación interna para la Secretaría de Hacienda en la Alcaldía Municipal de Ocaña fue necesario realizar un diagnóstico del flujo de comunicación al interior de la Secretaría de Hacienda en la Alcaldía Municipal de Ocaña, Norte de Santander, análisis del desempeño de los elementos comunicativos al interior de la Secretaría de Hacienda en la Alcaldía Municipal de Ocaña, Norte de Santander y se propusieron nuevos elementos internos de comunicación para la Secretaría de Hacienda en la Alcaldía Municipal de Ocaña, Norte de Santander, con el fin mejorar el clima organizacional de la Secretaría.

Para la aplicación de la encuesta se tuvieron en cuenta los funcionarios de la secretaría y a su vez con ellos se implementaron las estrategias de comunicación. De acuerdo a la investigación se puede determinar que los funcionarios no mantenían buenas relaciones debido a la falta de una adecuada comunicación, lo que genera un clima organizacional poco adecuado para el sitio de trabajo.

Por último se recomienda continuar utilizando las estrategias diseñadas, logrando que los funcionarios sientan motivación en su labor, siendo esta realizada con agrado y reflejando dicha situación en los clientes y visitantes.

INTRODUCCIÓN

Una estrategia de comunicación es una serie de acciones sistemáticas y bien planificadas, en las cuales se deben combinar diferentes métodos, técnicas y herramientas, para lograr un cambio concreto u objetivo en la entidad a la cual va dirigida, utilizando los recursos disponibles, en un tiempo determinado. Igualmente, una estrategia de comunicación se diseña para lograr objetivos a través del uso de métodos, técnicas y enfoques de comunicación. Dichos objetivos ayudan a enfrentar la solución al problema encontrado.

De otra parte las estrategias de comunicación deben contener conclusiones de campo, marco conceptual y legal, relación de recursos disponibles, tiempo determinado y hacer uso de los recursos disponibles para lograr todos los objetivos.

En el siguiente trabajo de grado se tuvo en cuenta para su desarrollo aspectos importantes como la elaboración y aplicación de encuestas a los funcionarios de la secretaría de hacienda de la alcaldía municipal de Ocaña, esta información recolectada fue tabulada y presentada de forma cualitativamente.

De igual manera, de acuerdo a los resultados encontrados se diseñó unas estrategias de comunicación, teniendo en cuenta las necesidades de la dependencia asignada.

El desarrollo de la pasantía trajo para la estudiante la oportunidad de poner en práctica los conocimientos adquiridos durante su formación profesional, como también contribuir y mejorar en parte la situación encontrada en la dependencia asignada.

1. DISEÑAR UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA LA SECRETARÍA DE HACIENDA EN LA ALCALDÍA MUNICIPAL DE OCAÑA, NORTE DE SANTANDER.

1.1 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

La Alcaldía Municipal de Ocaña es un ente territorial que perfila su misión como un municipio Confiable y Participativo, por ser Entidad político-administrativa del Estado Colombiano le Corresponde prestar los servicios públicos que determine la ley, Construir las obras que demande el progreso local, ordenar el desarrollo de su territorio, promover la participación comunitaria, el mejoramiento social y cultural de sus habitantes y cumplir las demás funciones que le asignen la Constitución y las leyes.

Su visión es que al año 2020, Ocaña será un MUNICIPIO CONFIABLE, generador del progreso y desarrollo integral, en el que la participación constituya el eje fundamental para la creación y fortalecimiento de espacios sociales, económicos, culturales, ambientales y políticos, basados en los valores y en los principios de respeto y equidad.¹

La Alcaldía Municipal ratifica su compromiso de combatir de manera efectiva todas las formas de corrupción en todos los ámbitos de la Administración Municipal, preservar y fortalecer los mecanismos de transparencia en la asignación de los recursos públicos, establecer instrumentos efectivos de rendición de cuentas y fomentar la cultura de legalidad para ofrecer a los administrados una gestión más efectiva y segura, bajo el entendido que la corrupción se presenta no sólo en detrimento del erario, sino también en las decisiones públicas que favorecen intereses personales o de grupos.²

Dentro de la alcaldía del municipio de Ocaña encontramos 21 dependencias, una de ellas la Secretaría de Hacienda, cuyo objetivo es atender la gestión de los ingresos y los gastos públicos, la política de financiación y la consolidación y buen manejo de la hacienda pública del Municipio.³

Tratar de modernizar la Secretaría de Hacienda ayuda al progreso y desarrollo, buscando la agilidad y eficiencia de los procesos generados en esta dependencia, contando con la infraestructura adecuada que permita inmediatez en los trámites y peticiones.

1.1.1 Misión. Administrar la Finanzas Públicas del Municipio de Ocaña, garantizando la sostenibilidad financiera, fiscal y contable y el desarrollo económico y social dando prioridad al gasto público social contemplado en la Constitución Política.

¹ <http://ocana-nortedesantander.gov.co/nuestraalcaldia.shtml?apc=aIxx-1-&m=q>

² <http://ocana-nortedesantander.gov.co/nuestraalcaldia.shtml?apc=aIxx-1-&m=q#etica>

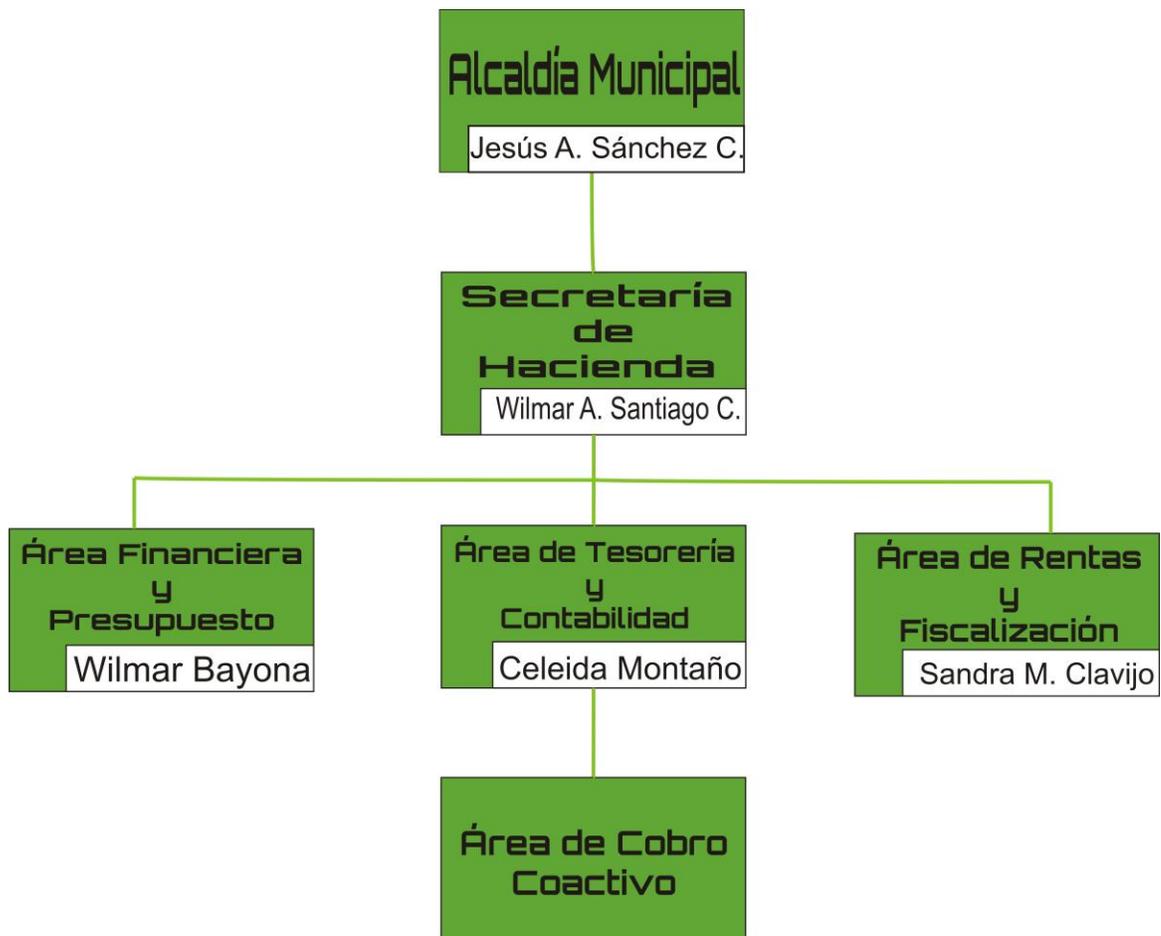
³ <http://www1.cundinamarca.gov.co/gobernacion/hacienda/LaSecretariadeHacienda/Qui%C3%A9nessomos/Ojetivosyfunciones/tabid/1003/language/es-ES/Default.aspx>

1.1.2 Visión. Ser reconocida y líder en el manejo razonable, efectivo y transparente de los recursos financieros del Municipio de Ocaña a nivel Nacional; ser una entidad modelo de gestión pública moderna, humana y productiva.

1.1.3 Objetivos de la empresa. La Secretaría de Hacienda tiene como objetivo atender la gestión de los ingresos y los gastos públicos, las políticas de financiación, la consolidación y el buen manejo de la hacienda pública de nuestro Municipio.⁴

1.1.4 Descripción de la estructura organizacional

Imagen 1. Organigrama de la alcaldía municipal



Fuente. Secretaría de Hacienda.

⁴ Archivo Secretaría de Hacienda

Dentro de la estructura organizacional de la empresa nos encontramos con un jefe que en este caso sería el señor Alcalde, Dr. Jesús Antonio Sánchez Clavijo; siendo nuestra dependencia la Secretaría de Hacienda quien está a cargo del Dr. Wilmar Santiago Carrascal.

La Secretaría de hacienda desprende tres ejes fundamentales para su desarrollo denominadas como Área Financiera y de Presupuesto a cargo del Dr. Wilmar Bayona, Área de Tesorería y Contabilidad a cargo de la Dra. Celeida Montaña, por último el Área de Rentas y Fiscalización por la Dra. Sandra Milena Clavijo.

Según Guillermo de Haro (2005) la importancia de la estructura se encuentra en que ésta nos ayuda a definir qué se debe hacer y quién debe hacerlo. La estructura es una de las bases de la organización (o de la desorganización) de las actividades de una empresa. Una buena estructura permitirá una mejor integración y coordinación de todos los integrantes de una empresa. Al estar mejor organizados se logrará un mejor aprovechamiento de los recursos lo que a la larga puede hacer una empresa más eficiente.⁵

1.1.5 Descripción de la dependencia. La Secretaría de Hacienda Municipal es el órgano encargado de garantizar la ejecución presupuestal y control financiero, mediante la fiscalización y liquidación de Recaudo y Cobro Administrativo Coactivo de los Impuestos, tasas, contribuciones, sanciones y transferencias.⁶

Siendo unos de los pilares fundamentales para ejecutar el plan de desarrollo “Ocaña es Confiable y Participativa”, a través de la política financiera, la recaudación del impuesto y la gestión de recursos, teniendo en cuenta la optimización de los recursos del erario público.

1.2 DIAGNÓSTICO INICIAL DE LA DEPENDENCIA ASIGNADA

La francesa Pascale Weil (1992), sugiere que para la realización de una estrategia de comunicación se tome como principio el discurso de la filosofía de la organización. Weil entiende este término como la misión, la visión, la ética y la vocación, que la empresa desea compartir con sus trabajadores. Comunicar la filosofía de la organización contribuye al mantenimiento o al cambio de una cultura laboral que cruza tanto a los directivos como a los empleados u obreros, es difundir un código de actitudes más homogéneo, más uniforme, pero con principios muy firmes de libertad y decisión.⁷

Partiendo del anterior enunciado y teniendo en cuenta el trabajo realizado desde Octubre de 2012 como práctica profesional, se toma como punto de partida una observación de campo participante que permitió realizar un diagnóstico por medio de herramientas como

⁵ LÓPEZ, Lourdes. Importancia de la estructura organizacional en una empresa. Universidad del Valle. Guatemala. Editorial Cupido. 2000. P 23

⁶ Alcaldía del Municipio de Ocaña, Norte de Santander, Archivo Secretaría de Hacienda, Manual de Estilo y Dirección. P 1

⁷ <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/supesp/estrategia.htm>

encuestas, entrevistas informales y reuniones de trabajo que permitieron deducir problemas de comunicación interna, perfil laboral, orden jerárquico y canales de difusión de las actividades realizadas interna y externamente en la compañía.

La Secretaría de Hacienda es una dependencia de la Alcaldía Municipal de Ocaña, que en el momento no cuenta con una oficina de comunicaciones o un Comunicador Social que se encargue de dicha información, siendo de vital importancia dar a conocer la gestión y los procesos realizados en dicha dependencia, la oficina se ha basado en pasantes de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, para tratar de manejar como primera instancia el horizonte institucional, boletines de prensa y publicidad.

Dentro de la organización se pretende realizar una estrategia comunicativa que permita a todos sus empleados conocer el trabajo de cada uno de sus compañeros, logrando que cada empleado este informado, motivado y con la disposición de participar.

1.2.1 Planteamiento del problema. Los procesos de comunicación son interacciones mediadas por signos entre al menos dos agentes que comparten un mismo repertorio de los signos y tienen unas reglas semióticas comunes.

Tradicionalmente, la comunicación se ha definido como «el intercambio de sentimientos, opiniones, o cualquier otro tipo de información mediante habla, escritura u otro tipo de señales». Todas las formas de comunicación requieren un emisor, un mensaje y un receptor destinado, pero el receptor no necesita estar presente ni consciente del intento comunicativo por parte del emisor para que el acto de comunicación se realice. En el proceso comunicativo, la información es incluida por el emisor en un paquete y canalizada hacia el receptor a través del medio. Una vez recibido, el receptor decodifica el mensaje y proporciona una respuesta.

En la ciudad de Ocaña, y específicamente en la Secretaría de Hacienda, Alcaldía Municipal, en los últimos años se ha evidenciado la falta de una buena comunicación entre los funcionarios, lo que ha traído como consecuencia mala organización e ineficiencia en las tareas realizadas, dando como resultado mala imagen ante los clientes y por lo tanto mal servicio al cliente.

1.3 OBJETIVOS DE LA PASANTÍA

1.3.1 General. Diseñar una estrategia de comunicación interna para la Secretaría de Hacienda en la Alcaldía Municipal de Ocaña, Norte de Santander.

1.3.2 Específicos. Diagnosticar el flujo de comunicación al interior de la Secretaría de Hacienda en la Alcaldía Municipal de Ocaña, Norte de Santander

Analizar el desempeño de los elementos comunicativos al interior de la Secretaría de Hacienda en la Alcaldía Municipal de Ocaña, Norte de Santander.

Proponer nuevos elementos internos de comunicación para la Secretaría de Hacienda en la Alcaldía Municipal de Ocaña, Norte de Santander.

1.4 DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES A DESARROLLAR EN LA MISMA.

Cuadro 1. Actividades

Objetivo General	Objetivos Específicos	Actividades a desarrollar en la empresa para hacer posible el cumplimiento de los Objetivos Específicos
Diseñar una estrategia de comunicación interna para la Secretaría de Hacienda en la Alcaldía Municipal de Ocaña, Norte de Santander.	Diagnosticar el flujo de comunicación al interior de la Secretaría de Hacienda en la Alcaldía Municipal de Ocaña Norte de Santander	<ol style="list-style-type: none"> 1. Elaboración del formato periodístico y de encuesta 2. Realización de entrevistas con formato periodístico y elementos de encuesta que permitan al empleado expresar sus opiniones, pensamientos o ideas sobre las diferentes actividades de la empresa. 3. Tabulación, análisis y presentación de resultados de las entrevistas realizadas. 4. Realizar reuniones una vez al mes para que se debatan temas de interés, metas y verificación de las funciones de los empleados. 5. Elaborar piezas de comunicación que permitan la retroalimentación y la participación. 6. Actualizar el blog elaborado por la Comunicadora Social, con información dinámica y actualizada acerca de las actividades realizadas por la Secretaría de Hacienda.
	Analizar el desempeño de los elementos comunicativos al interior de la Secretaría de Hacienda en la Alcaldía Municipal de Ocaña Norte de Santander.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Crear un espacio virtual para trabajar mailing recordatorio de encuentros y novedades, y cuestionarios para recopilar información sobre sus miembros. 2. Implementar la cartelera interna de la oficina con temas de motivación laboral. 3. Diseñar un house organ con información de la empresa para crear sentido de pertenencia entre los empleados. 4. Elaboración y diseño del boletín informativo interno de la Secretaría de Hacienda para ser empleado vía mail entre el grupo de trabajo. 5. Organizar y festejar los cumpleaños de cada empleado de la Secretaría de Hacienda.
	Proponer nuevos elementos internos de comunicación para la Secretaría de Hacienda en la Alcaldía Municipal de Ocaña Norte de Santander	<ol style="list-style-type: none"> 1. Proponer una jornada recreativa que permita socializar la estrategia comunicativa realizada para la Secretaría de Hacienda por parte de la Comunicadora Social. 2. Crear un espacio de encuentro donde se pueda capacitar a todos los empleados de la Secretaría de Hacienda sobre trabajo en equipo y ambiente laboral.
3. Fuente: Pasante		

1.5 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.

Cuadro 2. Cronograma

ACTIVIDADES	Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Elaboración del formato periodístico y de encuesta	■	■	■													
Realización de entrevistas con formato periodístico y elementos de encuesta que permitan al empleado expresar sus opiniones, pensamientos o ideas sobre las diferentes actividades de la empresa.			■	■	■	■	■	■	■							
Tabulación, análisis y presentación de resultados de las entrevistas realizadas.									■	■	■	■				
Realizar reuniones una vez al mes para que se debatan temas de interés, metas y verificación de las funciones de los empleados.				■				■				■				■
Elaborar piezas de comunicación que permitan la retroalimentación y la participación.	■	■									■	■				
Actualizar el blog elaborado por la Comunicadora Social, con información dinámica y actualizada acerca de las actividades realizadas por la Secretaría de Hacienda.	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Crear un espacio virtual para trabajar mailing recordatorio de encuentros y novedades, y cuestionarios para recopilar información sobre sus miembros.		■				■				■						
Implementar la cartelera interna de la oficina con temas de motivación laboral.									■	■	■	■				
Diseñar un House Organ con información de la empresa para crear sentido de pertenencia entre los empleados.													■	■	■	■
Elaboración y diseño del boletín informativo interno de la Secretaría de Hacienda para ser empleado vía mail entre el grupo de trabajo.							■	■	■							
Organizar y festejar los cumpleaños de cada empleado de la Secretaría de Hacienda.				■			■					■				■
Proponer una jornada recreativa que permita socializar la estrategia comunicativa realizada para la Secretaría de Hacienda por parte de la Comunicadora Social.															■	■
Crear un espacio de encuentro donde se pueda capacitar a todos los empleados de la Secretaría de Hacienda sobre trabajo en equipo y ambiente laboral.								■								

2. ENFOQUES REFERENCIALES

2.1 ENFOQUE CONCEPTUAL

2.1.1 Administración pública.⁸ La Administración Pública es aquella función del Estado que consiste en una actividad concreta, continua, práctica y espontánea de carácter subordinado a los poderes del Estado y que tienen por objeto satisfacer en forma directa e inmediata las necesidades colectivas y el logro de los fines del Estado dentro el orden jurídico establecido y con arreglo a este.

La administración pública en la secretaría ejecutiva de la alcaldía se maneja bajo la autoridad del Alcalde como el principal responsable del ente la hora de dar trámite a los procesos o de dar solución a cualquier inconveniente que se presente con el fin de mantener el orden jurídico establecido.

2.1.2 Función pública.⁹ La función pública nace dentro de un proceso de limitación al poder real y el absolutismo y a dicho fin se encaminaron los esfuerzos por generalizar en la administración pública los dos elementos nucleares que fueron inamovilidad y la objetividad en el ingreso. A lo largo de la historia podemos observar cómo han surgido los elementos configurativos del servidor público.

La función pública; es hablar de lo imprescindible para el desarrollo y progreso del país; lo público conforma una amplia gama de actividades que garantizan la libertad y seguridad ciudadana, esa actividad que atañe al interés colectivo que se encuentra en cabeza del Estado, bajo la práctica de unos principios constitucionales y legales y que de ninguna forma podemos obviar por ser una fábrica de derechos para todos en igualdad.

La función pública se maneja bajo la normatividad vigente que rige al municipio en el cual se encuentra amparado, como la constitución política, el plan de anticorrupción, entre otras; se realizan actividades para lograr el objetivo de esta organización, como es la atención a la comunidad para conocer las necesidades de cada uno y poder dar una pronta solución, para brindar una mejor calidad de vida a la ciudadanía.

2.1.3. Objetivo.¹⁰ Elemento programático que identifica la finalidad hacia la cual deben dirigirse los recursos y esfuerzos para dar cumplimiento a la misión, tratándose de una organización, o a los propósitos institucionales, si se trata de las categorías programáticas, que puede considerarse como una expresión cualitativa de un propósito en un periodo determinado; el objetivo debe responder a la pregunta "qué" y "para qué". En programación

⁸ ESPAÑA BOE, Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y Procedimiento Administrativo Común, en Boletín Oficial del Estado, de 27 de noviembre 2010, N. 285, p 4.

⁹ RODRÍGUEZ, Rodríguez, Libardo. "*Derecho Administrativo General Y Colombiano*". 15ª. Edición. Ed TEMIS. Bogotá- Colombia. 2009.

¹⁰ GONZÁLEZ RODRÍGUEZ, Miguel, *La función pública en Colombia*, Za ed. Bogotá, Librería Jurídica Wilches, 1987, p. 4.

es el conjunto de resultados cualitativos que el programa se propone alcanzar a través de determinadas acciones.

Estoy utilizando el objetivo general como un punto de referencia al que quiero llegar y los objetivos específicos como las etapas y pasos que debo seguir para alcanzar el propósito del objetivo general y poder lograr la pasantía.

2.1.4 Estrategia.¹¹ Principios y rutas fundamentales que orientarán el proceso administrativo para alcanzar los objetivos a los que se desea llegar. Una estrategia muestra cómo una institución pretende llegar a esos objetivos. Se pueden distinguir tres tipos de estrategias, de corto, mediano y largo plazos según el horizonte temporal. Su adaptación a esquemas de planeación obedece a la necesidad de dirigir la conducta adecuada de los agentes económicos, en situaciones diferentes y hasta opuestas. En otras palabras constituye la ruta a seguir por las grandes líneas de acción contenidas en las políticas nacionales para alcanzar los propósitos, objetivos y metas planteados.

2.1.5 Comunicación. Es el proceso mediante el cual se puede transmitir información de una entidad a otra. Los procesos de comunicación son interacciones mediadas por signos entre al menos dos agentes que comparten un mismo repertorio de signos y tienen unas reglas semióticas comunes.

Tradicionalmente, la comunicación se ha definido como el intercambio de sentimientos, opiniones, o cualquier otro tipo de información mediante habla, escritura u otro tipo de señales. Todas las formas de comunicación requieren un emisor, un mensaje y un receptor destinado, pero el receptor no necesita estar presente ni consciente del intento comunicativo por parte del emisor para que el acto de comunicación se realice. En el proceso comunicativo, la información es incluida por el emisor en un paquete y canalizada hacia el receptor a través del medio. Una vez recibido, el receptor decodifica el mensaje y proporciona una respuesta.

El funcionamiento de las sociedades humanas es posible gracias a la comunicación. Esta consiste en el intercambio de mensajes entre los individuos.

Desde un punto de vista técnico se entiende por comunicación el hecho que un determinado mensaje originado en el punto A llegue a otro punto determinado B, distante del anterior en el espacio o en el tiempo.

La comunicación implica la transmisión de una determinada información. La información como la comunicación supone un proceso; los elementos que aparecen en el mismo son:

Código. El código es un sistema de signos y reglas para combinarlos, que por un lado es arbitrario y por otra parte debe de estar organizado de antemano.

¹¹ HERNÁNDEZ, Pedro, Alfonso, "Evolución de la carrera administrativa y principios constitucionales del modelo de función pública en Colombia. Bogotá, Sep/2011.

Canal. El proceso de comunicación que emplea ese código precisa de un canal para la transmisión de las señales. El Canal sería el medio físico a través del cual se transmite la comunicación.

La radiocomunicación es un sistema de telecomunicación que se realiza a través de ondas de radio u ondas hertzianas,

En tercer lugar debemos considerar el Emisor. Es la persona que se encarga de transmitir el mensaje. Esta persona elige y selecciona los signos que le convienen, es decir, realiza un proceso de codificación; codifica el mensaje.

El Receptor será aquella persona a quien va dirigida la comunicación; realiza un proceso inverso al del emisor, ya que descifra e interpreta los signos elegidos por el emisor; es decir, descodifica el mensaje.

Naturalmente tiene que haber algo que comunicar, un contenido y un proceso que con sus aspectos previos y sus consecuencias motive el Mensaje.

Las circunstancias que rodean un hecho de comunicación se denominan Contexto situacional (situación), es el contexto en que se transmite el mensaje y que contribuye a su significado.

2.1.6 Clasificación de las estrategias.¹² Una primera forma de clasificar las estrategias es por su origen en:

Emergentes (o implícitas o no planeadas): Son estrategias que surgen de manera casual, desde cualquier nivel de la organización, y que muchas veces únicamente el dueño las conoce y que se van adecuando con el tiempo.

Intentadas (o explícitas o planeadas): surgen a través de un proceso sistemático y analítico desarrollado desde el más alto nivel de la organización. Las estrategias son conocidas y aceptadas por los miembros de ésta.

Bill & Roy Richardson clasifican las estrategias en cinco tipos, según su desarrollo genérico:

Crecer: Se aplican en la creación de opciones para negocios adicionales: Cuando hay oportunidades que encajan con las fortalezas. Estas pueden ser: adquisición, fusión o alianza estratégica.

Consolidar: Es un intento dinámico por mantener la actual capacidad de generación de riqueza, mantener la participación en el mercado y optimizar la operación de la empresa.

¹² Ibíd. p 1

Contraerse: Si la empresa ha fracasado en competir exitosamente, estas estrategias se pueden aplicar para eliminar lo inservible del sistema y quedarse solamente con lo que genera utilidades: desinvertir.

Liquidar: Es la opción cuando no se tiene ventaja competitiva alguna o no se tienen fortalezas para anular amenazas.

Vegetar: No hacer nada. Continuar igual (síndrome del avestruz). No reaccionar a los cambios del entorno. Estas estrategias pueden desembocar en una estrategia de liquidación. Otra forma clásica de clasificar las estrategias es según el nivel de la organización del que surgen y aplican:

A Nivel Funcional: Son estrategias específicas desglosadas para cada función dentro de la empresa. Así, por ejemplo, se puede hablar de un plan estratégico de finanzas, otro de manufactura, de calidad, de mercadotecnia, etc. Que juntos integran o contribuyen al plan estratégico global de la organización.

A Nivel de Negocio: Cuando una empresa está integrada por varios negocios, unidades de negocio o empresas, en ocasiones se opta por desarrollar planes estratégicos para cada uno de éstos.

A Nivel Global: Es cuando el plan estratégico se realiza a nivel de toda la organización.

A Nivel Corporativo: Son las estrategias a nivel de grupo de empresas.

2.1.7 Estrategias de comunicación.¹³ Define situaciones en las cuales dos o más actores, fuerzas o sistemas pugnan por lograr objetivos similares, éste concepto aplicado a todas las áreas de la vida, tiende a lograr objetivos o metas, estableciendo bases para la coordinación en todos sus aspectos.

Dentro del ámbito empresarial establecer una red de comunicaciones eficaces constituye la base del éxito, para transmitir con claridad sus objetivos y proyecciones, a través del diseño e implementación de una estrategia eficaz de comunicación, lo cual no es tarea fácil ya que se requiere de un profundo conocimiento técnico a nivel organizativo, al igual que de las relaciones humanas y la habilidad necesaria para armonizarlas.

Una empresa debe saber establecer su identidad y ser clara en su propuesta, algo que se logra cuando la comunicación se incorpora desde el principio en su sistema organizacional, tanto interna como externamente.

¹³ ARELLANO, E. (1998). La estrategia de comunicación como un principio de integración/ interacción dentro de las organizaciones. Razón y palabra, enero- marzo, Vol. 3, [Edición especial]. Extraído el 06 abril de 2009 desde <<http://www.razonypalabra.org.mx/ anteriores/supesp/ estrategia.htm>>

Así una organización necesita planificar sus acciones comunicativas, ya que de ellas depende la guía hacia los objetivos de la empresa, recayendo sobre sus directivos ésta responsabilidad, que apunta a no dejar nada librado al azar, en cuanto a los mensajes destinados a los distintos públicos, a través de la coherencia como base fundamental. Dicha coordinación involucra a todos los recursos comunicacionales de la empresa, abarcando a los externos e internos como: marketing, publicidad, atención al cliente, ambiente laboral, atención postventa, etc., los cuales en su conjunto coordinado definen los objetivos y la identidad de la misma

2.2 ENFOQUE LEGAL

2.2.1 Constitución Política de Colombia. Artículo 25. El trabajo es un derecho y una obligación social y goza, en todas sus modalidades, de la especial protección del estado. Toda persona tiene derecho a su trabajo en condiciones dignas y justas¹⁴.

Artículo 209. La función administrativa está al servicio de los intereses generales y se desarrolla con fundamento en los principios de igualdad, moralidad, eficacia, economía, celeridad, imparcialidad y publicidad, mediante la descentralización, la delegación y la desconcentración de funciones.

Las autoridades administrativas deben coordinar sus actuaciones para el adecuado cumplimiento de los fines del estado. La administración pública, en todos sus órdenes, tendrá un control interno que se ejercerá en los términos que señale la ley.

Artículo 269. En las entidades públicas, las autoridades correspondientes están obligadas a diseñar y aplicar, según la naturaleza de sus funciones métodos y procedimientos de control interno de conformidad con lo que disponga la ley, la cual podrá establecer excepciones y autorizar la contratación de dichos servicios con empresas probadas colombianas.

Artículo 355. Ninguna de las ramas u órganos del poder público podrá decretar auxilios o donaciones en favor de personas naturales o jurídicas de derecho privado. El Gobierno, en los niveles nacional, departamental, distrital y municipal podrá, con recursos de los respectivos presupuestos, celebrar contratos con entidades privadas sin ánimo de lucro y de reconocida idoneidad con el fin de impulsar programas y actividades de interés público acordes con el Plan Nacional y los planes seccionales de Desarrollo. El Gobierno Nacional reglamentará la materia.

2.2.2 Ley 489 de 1998. Por la cual se dictan normas sobre la organización y funcionamiento de las entidades del orden nacional, se expiden las disposiciones, principios y reglas generales para el ejercicio de las atribuciones previstas en los numerales 15 y 16 del artículo 189 de la Constitución Política y se dictan otras disposiciones. Artículo 1. *Objeto.* La presente Ley regula el ejercicio de la función administrativa, determina la

¹⁴ REPÚBLICA DE COLOMBIA. Constitución Política de Colombia. Edición Cupido. 2000. p 26

estructura y define los principios y reglas básicas de la organización y funcionamiento de la Administración Pública.¹⁵

Artículo 2. La presente Ley se aplica a todos los organismos y entidades de la Rama Ejecutiva del Poder Público y de la Administración Pública y a los servidores públicos que por mandato constitucional o legal tengan a su cargo la titularidad y el ejercicio de funciones administrativas, prestación de servicios públicos o provisión de obras y bienes públicos y, en lo pertinente, a los particulares cuando cumplan funciones administrativas.

Parágrafo. Las reglas relativas a los principios propios de la función administrativa, sobre delegación y desconcentración, características y régimen de las entidades descentralizadas, racionalización administrativa, desarrollo administrativo, participación y control interno de la Administración Pública se aplicarán, en lo pertinente, a las entidades territoriales, sin perjuicio de la autonomía que les es propia de acuerdo con la Constitución Política.

Artículo 3. La función administrativa se desarrollará conforme a los principios constitucionales, en particular los atinentes a la buena fe, igualdad, moralidad, celeridad, economía, imparcialidad, eficacia, eficiencia, participación, publicidad, responsabilidad y transparencia. Los principios anteriores se aplicarán, igualmente, en la prestación de servicios públicos, en cuanto fueren compatibles con su naturaleza y régimen.

Parágrafo. Los principios de la función administrativa deberán ser tenidos en cuenta por los órganos de control y el Departamento Nacional de Planeación, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 343 de la Constitución Política, al evaluar el desempeño de las entidades y organismos administrativos y al juzgar la legalidad de la conducta de los servidores públicos en el cumplimiento de sus deberes constitucionales, legales o reglamentarios, garantizando en todo momento que prime el interés colectivo sobre el particular.

Artículo 4. La función administrativa del Estado busca la satisfacción de las necesidades generales de todos los habitantes, de conformidad con los principios, finalidades y cometidos consagrados en la Constitución Política.¹⁶

Los organismos, entidades y personas encargadas, de manera permanente o transitoria, del ejercicio de funciones administrativas deben ejercerlas consultando el interés general.

¹⁵ REPÚBLICA DE COLOMBIA. Ley 489 de 1998. Por la cual se dictan normas sobre la organización y funcionamiento de las entidades del orden nacional, se expiden las disposiciones, principios y reglas generales para el ejercicio de las atribuciones previstas en los numerales 15 y 16 del artículo 189 de la Constitución Política y se dictan otras disposiciones. 2010. P 7

¹⁶ *Ibíd.* p 18

3. INFORME DE CUMPLIMIENTO DE TRABAJO

3.1 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.

3.1.1 Diagnostico del flujo de comunicación al interior de la Secretaría de Hacienda en la Alcaldía Municipal de Ocaña, Norte de Santander. Según el desarrollo del plan de trabajo a continuación se desglosarán las actividades 1, 2 y 3 de manera continua para dar cumplimiento a lo propuesto, para ello se trabajó el formato encuesta y entrevista con su debido análisis.

Actividad No 1.1 A continuación se presenta la encuesta y entrevista aplicada a los funcionarios de la Secretaría de Hacienda en Ocaña, Norte de Santander, con el fin de determinar las estrategias de comunicación.



Encuesta 01

Objetivo: Diseñar una estrategia de comunicación interna para la Secretaría de Hacienda en la Alcaldía Municipal de Ocaña, Norte de Santander.

Por favor dedique 15 minutos de su tiempo para resolver la siguiente encuesta, la información suministrada será manejada de manera confidencial.

1. Qué medios utiliza para la comunicación con sus compañeros.
 - Facebook _____
 - Twitter _____
 - Oficios _____
 - Teléfono _____
 - Chat – Gmail _____
2. ¿El medio utilizado ha sido efectivo para mejorar las relaciones entre sus compañeros?
Si _____ No _____
3. Considera que se debe implementar otro medio de comunicación dentro de la oficina de la Secretaría de hacienda. ¿Cuál?
 - Integraciones _____
 - Circulares _____
 - Reuniones _____

- Cartelera Interna____
4. ¿Usted conoce la misión y visión de su empresa?
Si _____ No _____
5. ¿Sería usted parte activa de la implementación de un boletín interno para la Secretaría de Hacienda?
Si _____ No _____
6. ¿Le gustaría que se implementaran actividades que le permitieran compartir con sus compañeros fuera de la estricta jornada laboral?
- Paseos
 - Salud Ocupacional
 - Charlas Psicológicas
 - Apoyo a la Selección Colombia
 - Celebración de cumpleaños
7. ¿Estaría usted dispuesto a realizar donaciones para obras sociales?
Si _____ No _____
8. ¿Existe buena comunicación de abajo a arriba entre subordinados y jefes?
Si _____ No _____
9. ¿Le gustaría recibir capacitación de manera continua en temas relacionados con su actividad laboral?
Si _____ No _____

¡Gracias por su Colaboración!

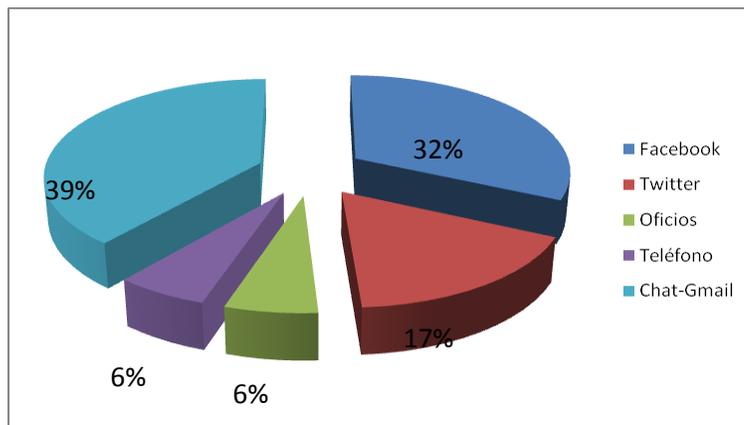
A continuación se presentan los resultados de la encuesta aplicada a 18 funcionarios de la Secretaría de Hacienda de la Alcaldía Municipal de Ocaña, con el objetivo de conocer la situación evidenciada en cuanto a la comunicación y el clima organizacional en la dependencia.

Tabla 1. Medios utilizados para la comunicación con sus compañeros.

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Facebook	6	32
Twitter	3	17
Oficios	1	6
Teléfono	1	6
Chat – Gmail	7	39
TOTAL	18	100

Fuente: Pasante

Gráfica 1. Medios utilizados para la comunicación con sus compañeros.



Fuente. Pasante

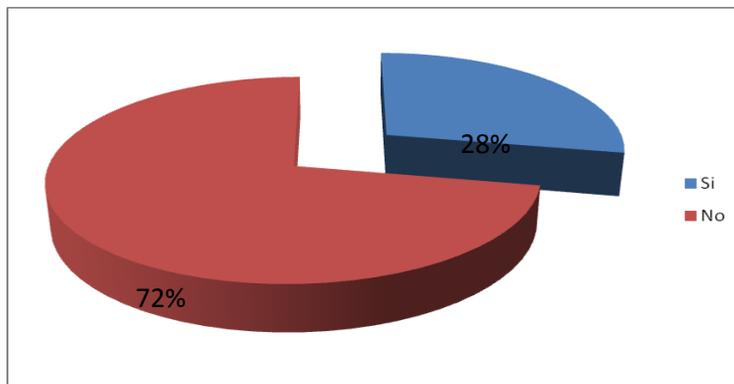
Como se puede ver en la gráfica el medio de comunicación más utilizado por los funcionarios de la Secretaría de Hacienda en la Alcaldía Municipal de Ocaña es el Chat-Gmail, le sigue en menor importancia el facebook y el twitter, siendo estos medios a los que más acceso se tienen, de otra parte se menciona que estos medios no han contribuido a mejorar el clima organizacional que en la actualidad se vive.

Tabla 2. Efectividad del medio utilizado para mejorar las relaciones entre sus compañeros.

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	5	28
NO	13	72
TOTAL	18	100

Fuente. Pasante

Gráfica 2. Efectividad del medio utilizado para mejorar las relaciones entre sus compañeros



Fuente. Pasante

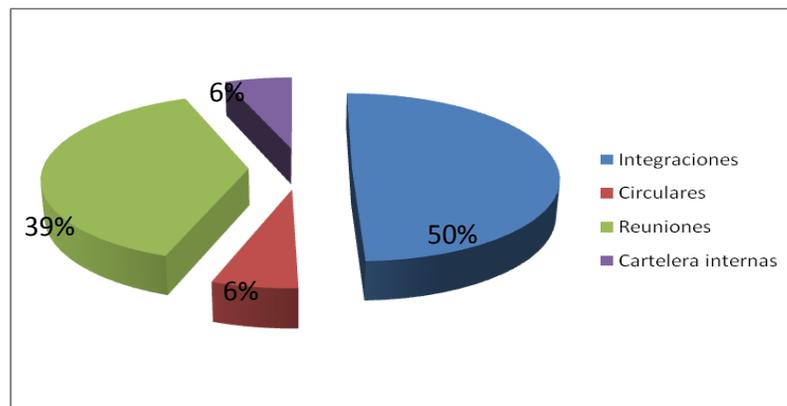
De los 18 funcionarios encuestados el 72% afirman que el medio utilizado para mejorar las relaciones entre sus compañeros, no ha sido el más adecuado, ya que no se ha visto un cambio evidente en el clima organizacional, por lo que se debe implementar una nueva estrategia para la dependencia asignada.

Tabla 3. Pertinencia de implementar otro medio de comunicación dentro de la oficina Secretaría de hacienda.

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Integraciones	9	50
Circulares	1	6
Reuniones	7	38
Cartelera Interna	1	6
TOTAL	18	100

Fuente. Pasante

Grafica 3. Pertinencia de implementar otro medio de comunicación dentro de la oficina Secretaría de hacienda.



Fuente. Pasante

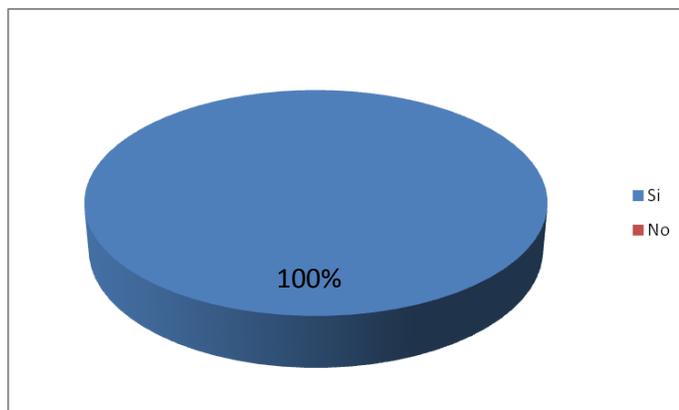
Según el 50% de los encuestados consideran que uno de los medios de comunicación adecuado para lograr buenas relaciones entre los funcionarios son las integraciones, las cuales pueden darse por diferentes ocasiones, de otra parte el 39% dicen que otra buena estrategia son las reuniones siendo estas ocasiones propicias para estrechar los lazos de amistad y compañerismo.

Tabla 4. Conocimiento sobre la misión y visión de su empresa

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	18	100
NO	0	0
TOTAL	18	100

Fuente. Pasante

Grafica 4. Conocimiento sobre la misión y visión de su empresa



Fuente. Pasante

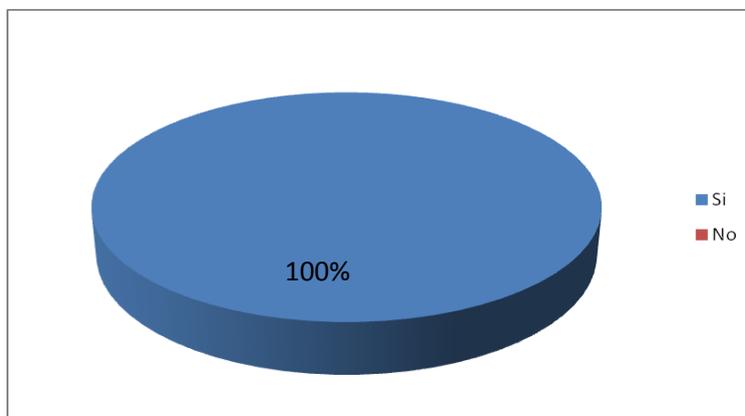
En cuanto al conocimiento que se tiene de la misión y visión el 100% de los funcionarios, conocen dichos elementos administrativos, los cuales dan pautas para conocer las direcciones de la empresa y el objetivo o meta que se pretende alcanzar en la organización.

Tabla 5. Disposición para ser parte activa de la implementación de un boletín interno para la Secretaría de Hacienda

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	18	100
NO	0	0
TOTAL	18	100

Fuente. Pasante

Grafica 5. Disposición para ser parte activa de la implementación de un boletín interno para la Secretaría de Hacienda.



Fuente. Pasante

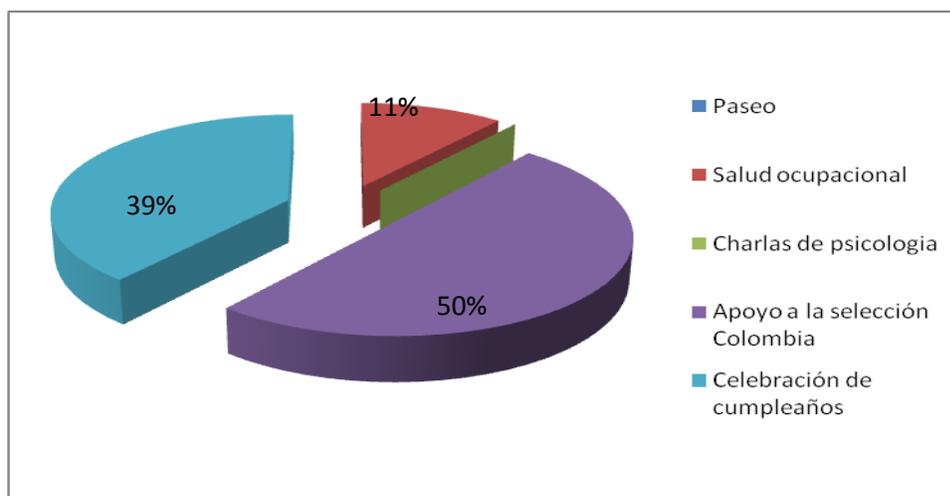
En la dependencia de la Secretaría de Hacienda se evidencia excelente ambiente para ser parte activa en la implementación del boletín interno, esto lo afirma el 100% de las personas encuestadas.

Tabla 6. Gusto por la implementación de actividades que le permitieran compartir con sus compañeros fuera de la estricta jornada laboral

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Paseos	0	0
Salud Ocupacional	2	11
Charlas Psicológicas	0	0
Apoyo a la Selección Colombia	9	50
Celebración de cumpleaños	7	39
TOTAL	18	100

Fuente. Pasante

Grafica 6. Gusto por la implementación de actividades que le permitieran compartir con sus compañeros fuera de la estricta jornada laboral



Fuente. Pasante

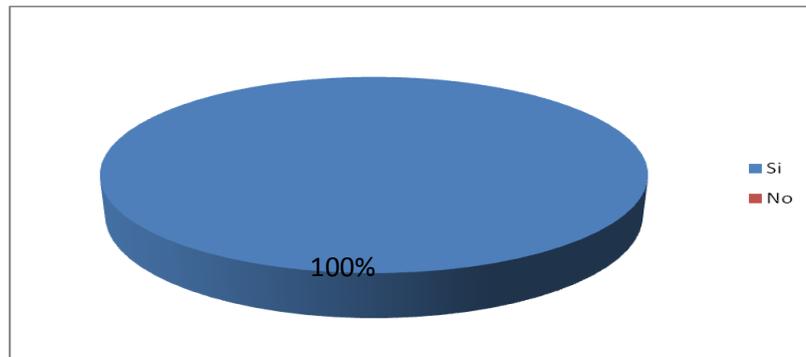
En cuanto a la implementación de actividades para compartir con sus compañeros fuera de la estricta jornada laboral, el 50% de los funcionarios escogieron los encuentros realizados para apoyar la selección Colombia y el 39% la celebración de los cumpleaños, siendo estos momentos de gran importancia en la vida de las personas y ocasiones propicias para mejorar las relaciones laborales en la Secretaría.

Tabla 7. Disposición para realizar donaciones en obras sociales

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	18	100
NO	0	0
TOTAL	18	100

Fuente. Pasante

Grafica 7. Disposición para realizar donaciones en obras sociales



Fuente. Pasante

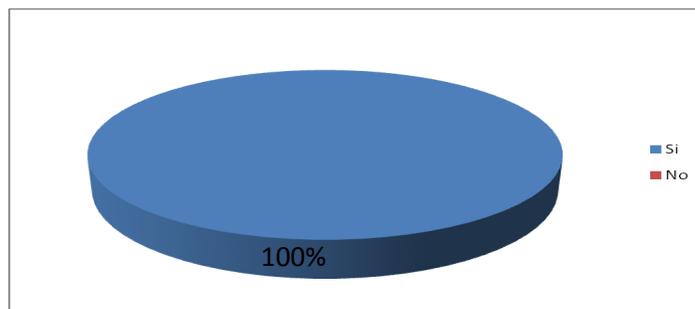
El 100% de los encuestados cuentan con disposición para realizar donaciones, ayudando a la población más necesitada, y logrando con esto, compartir con los compañeros de trabajo ratos de esparcimiento y satisfacción por la ayuda dada a otras personas.

Tabla 8. Existencia de buena comunicación de abajo a arriba entre subordinados y jefes

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	18	100
NO	0	0
TOTAL	18	100

Fuente. Pasante

Grafica 8. Existencia de buena comunicación de abajo a arriba entre subordinados y jefes



Fuente. Pasante

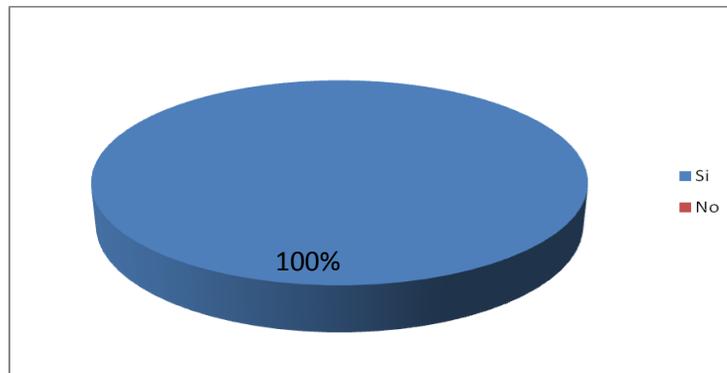
Según los encuestados, en cuanto a la comunicación con los jefes o subordinados es buena lo que ha llevado a que se logre entender las líneas de mando internas en la empresa, aunque no se debe desconocer que entre los compañeros, es decir los que están al mismo nivel, la comunicación no es la más apropiada, lo que ha traído un clima organizacional no apropiado para el ente económico.

Tabla 9. Aceptación para recibir capacitación de manera continúa en temas relacionados con su actividad laboral

ÍTEMS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	18	100
NO	0	0
TOTAL	18	100

Fuente. Pasante

Grafica 9. Aceptación para recibir capacitación de manera continúa en temas relacionados con su actividad laboral



Fuente. Pasante

El 100% de los encuestados afirman que poseen disponibilidad para recibir capacitaciones continuas, factor importante para el buen desarrollo de las actividades y para conocer las normas de convivencia mejorando las relaciones interpersonales entre los empleados.

Actividad No 1.2 Entrevistas aplicada a 18 funcionarios de la Secretaría de Hacienda de la Alcaldía Municipal de Ocaña, con el objetivo de conocer aspectos relacionados con la empresa, condiciones ambientales del puesto de trabajo, ergonomía, jefes o superiores, sitio de trabajo y sueldo.

ENTREVISTA

Por favor dedique unos minutos de su tiempo para resolver la encuesta, la información que nos proporciona nos ayudará a medir el grado de satisfacción general de los empleados con la empresa. Sus respuestas serán tratadas de forma CONFIDENCIAL Y ANÓNIMA y no serán utilizadas para ningún propósito distinto al de ayudarnos a mejorar el clima organizacional.

Marque con una X la respuesta

LA EMPRESA				
PREGUNTA	Si	Si / depende	No	No / depende
¿Está usted satisfecho con la trayectoria en la empresa?				
¿Le gusta su empresa?				
¿Se siente orgulloso de pertenecer a su empresa?				
¿Se siente integrado en su empresa?				
¿Conoce bien que aporta usted con su trabajo en la empresa?				
¿Si pudiera dejar la empresa por otro trabajo, a igual de sueldo y condiciones, se quedaría en la empresa?				
CONDICIONES AMBIENTALES DE SU PUESTO DE TRABAJO				
¿Su puesto de trabajo le resulta cómodo?				
¿Tiene suficiente luz en su lugar de trabajo?				
¿La temperatura es la adecuada en su lugar de trabajo?				
¿El nivel de ruido es soportable?				
¿Los baños, pasillos y demás instalaciones están limpios?				
¿Su computadora funciona a la velocidad adecuada?				
ERGONOMÍA				
¿Tiene espacio suficiente en su puesto de trabajo?				
¿Su puesto de trabajo es lo suficientemente cómodo?				
CONSIDERA QUE...				
...Tiene la suficiente autonomía en su trabajo				
...Tiene la suficiente capacidad de iniciativa en su trabajo				
...Sus ideas son escuchadas por su jefe o superiores				
¿Se siente realizado en su trabajo?				
...Su trabajo es lo suficientemente cómodo?				
Se lleva bien con sus compañeros				
Lo ayudaron y apoyaron los primeros días cuando inició en la Empresa				
JEFES O SUPERIORES				
Le tratan bien con amabilidad				
Considera adecuado el nivel de exigencia por parte de su jefe				
Considera que su jefe es participativo				
Considera usted que trabaja en equipo con su jefe y compañeros				

Tiene comunicación con su jefe				
Considera usted que tiene un jefe justo				
SOBRE SU JEFE DE TRABAJO				
El puesto que ocupa en la empresa está en relación con la experiencia que usted posee				
Se considera valorado por el puesto de trabajo que ocupa				
Considera que su trabajo está suficientemente reconocido y considerado por sus jefes o superiores.				
Le gustaría permanecer en su puesto de trabajo en la empresa				
SOBRE SU SUELDO				
Considera que su trabajo está bien pago				
Cree que su sueldo está en consonancia con la situación y marcha económica de la empresa.				
Considera que existe igualdad entre hombres y mujeres en cuanto a la remuneración percibida dentro de la empresa.				
¿CONSIDERA USTED QUE EN SU EMPRESA...				
¿Existe igualdad entre hombres y mujeres a la hora de ocupar puestos de trabajo?				
¿Realiza un trabajo útil?				
¿Tiene un cierto nivel de seguridad en su puesto de trabajo, de cara al futuro?				
¿Existe buena comunicación de arriba abajo entre jefes y subordinados?				
¿Su jefe escucha las opiniones de sus empleados?				

Secretaría de Hacienda Municipal, Responsabilidad Fiscal Confiable
Carrera 12 N° 10-42 Palacio Municipal
Teléfono: 5636300 Ext: 137- 104
secretariadehacienda@ocana-nortedesantander.gov.co

Análisis de la entrevista aplicada a los funcionarios de la Secretaría de Hacienda. El diagnóstico de comunicación interna constituye un primer acercamiento al estado del proceso de comunicación de la organización. Es el punto de partida para la implementación de un sistema de comunicación coherente con los objetivos empresariales que incluye estrategias, políticas y planes de comunicación, dirigidas a eliminar deficiencias detectadas en el diagnóstico.

En forma previa a la elaboración de la estrategia de comunicación interna para la Secretaría de Hacienda en la Alcaldía Municipal de Ocaña, Norte de Santander, se hizo necesario tomar como punto de partida el diseño de una entrevista informal que permita determinar el flujo de comunicación que se maneja internamente dentro de la empresa.

Para ello se contó con un formato que permitía a cada empleado expresar de manera sincera como se encuentra el clima organizacional dentro del grupo de trabajo. Todo acto de comunicación implica información sobre hechos y sentimientos, dentro de esta actividad se trabajaron dos campos de acción, el primero saber de manera verídica su comunicación real con los demás compañeros.

Los funcionarios de la Secretaría de Hacienda, dicen que el clima organizacional es relativamente bueno, ya que les parece cómodo su puesto de trabajo y el ruido es

soportable, aunque no se debe desconocer que muchos de ellos se quejan de la poca luz existente en las oficinas, la falta de aseo en los diferentes baños, pasillos y los computadores ya que su funcionamiento es muy lento y esto hace que las actividades no sean eficientes y eficaces para los usuarios.

En cuanto a la ergonomía la mayoría de empleados se sienten conformes con el puesto de trabajo, aunque se debe aclarar que las empresas suelen dar poca importancia al diseño ergonómico de un puesto de trabajo, ignorando los efectos negativos que esto puede tener en la productividad del empleado.

La razón, es que el trabajador, en la medida en que su puesto de trabajo sea adecuado, cómodo, es más productivo, o por lo menos, evita tener dificultades de salud que resultan costosas de atender.

Así como la empresa evalúa las competencias y habilidades específicas que debe tener un trabajador para desempeñarse adecuadamente en un determinado puesto de trabajo, también el puesto de trabajo debe adaptarse a las necesidades del trabajador, y en la medida en que exista un acoplamiento perfecto entre el empleado y su puesto de trabajo, el desempeño del trabajador será mejor lo cual se traduce a pesos.

La relación con los jefes y superiores se da de forma amable, participativa, en equipo y justa, aunque la mayoría consideran que el puesto en el que están no reúne los requisitos para la experiencia que poseen, lo que ha llegado a producir insatisfacción en los funcionarios.

Para los seres humanos la remuneración es la contraprestación que recibe el trabajador por haber puesto a disposición del empleador su fuerza de trabajo. Es una contraprestación a la cual tiene derecho el trabajador por el solo hecho de haber puesto su capacidad de trabajo a disposición del empleador, aún cuando efectivamente no se haya prestado el trabajo. En definitiva, la causa que genera el derecho del trabajador a percibir la remuneración devengada se basa en la disponibilidad de la fuerza de trabajo que él puso a disposición del empleador.

Respecto a este tema, los funcionarios consideran que su trabajo no es bien remunerado ya que no está en concordancia con la situación económica de la empresa, con lo que se evidencia inconformismo, ocasionando desmotivación entre los mismos.

Por último se debe mencionar que los funcionarios consideran su labor útil para la comunidad, existe igualdad entre mujeres y hombres, se escuchan las opiniones aunque en muchas ocasiones no se tienen en cuenta a la hora de tomar decisiones que direccionen los objetivos de la entidad.

Por otro lado saber cómo se siente dentro de la Secretaría de Hacienda y que factores hacen falta para obtener un mejor ambiente laboral.

En síntesis, la esencia del trabajo realizado consistió en buscar, recopilar e interpretar la información obtenida a través de la lectura de documentos realizadas a los 18 miembros de la empresa. A partir de ahí se sentaron las bases de las líneas de acción, para llevar a cabo la estrategia de comunicación interna.

Actividad No 1.4 Reuniones realizadas. Con el ánimo de fortalecer el trabajo en equipo y la responsabilidad que tenía el Grupo Tx con el Sistema de Información Tributaria (SIT) dentro de la Secretaría de Hacienda, se optó por realizar reuniones mensuales para contrarrestar la temporada de descuentos de Enero a Junio de 2013. Como era responsabilidad del convenio el aumento del recaudo en el Municipio de Ocaña, dentro de las reuniones la coordinadora en Ocaña Melissa Quintero y la coordinadora regional Bárbara Sánchez realizaban reuniones con el fin de tratar las responsabilidades de los empleados frente a la jornada. Cabe resaltar que el grupo TX firmo un convenio interadministrativo con la Alcaldía Municipal para la sistematización dentro de la Secretaría de Hacienda en el cual se manejaban seis empleados directamente contratados dando cumplimiento a las funciones más adelante detalladas.

Imagen 2. Reunión mensual Grupo TX



Fuente. Pasante

Funciones del personal del convenio de la Alcaldía de Ocaña. Debido a la responsabilidad que el Grupo TX tiene sobre el sistema de información tributaria(SIT) en la Secretaría de Hacienda del Municipio de Ocaña, se toma como decisión en la reunión mensual con el personal, delegar las funciones de cada empleado, para tal control mes a mes se realizaba un balance de las funciones cumplidas dentro de la dependencia, garantizando la agilidad para desarrollar los diferentes procesos durante la temporada de pago de impuestos, la coordinadora local era responsable del reporte semanal de la funciones de cada uno, así como también del llamado de atención durante las reuniones programadas. Estas funciones delimitaban a cada empleado su responsabilidad diaria tanto para el convenio como para la Secretaría de Hacienda; a partir de ese momento se realizaba un seguimiento de cumplimiento que reportaba la coordinadora en Ocaña para el Grupo TX.

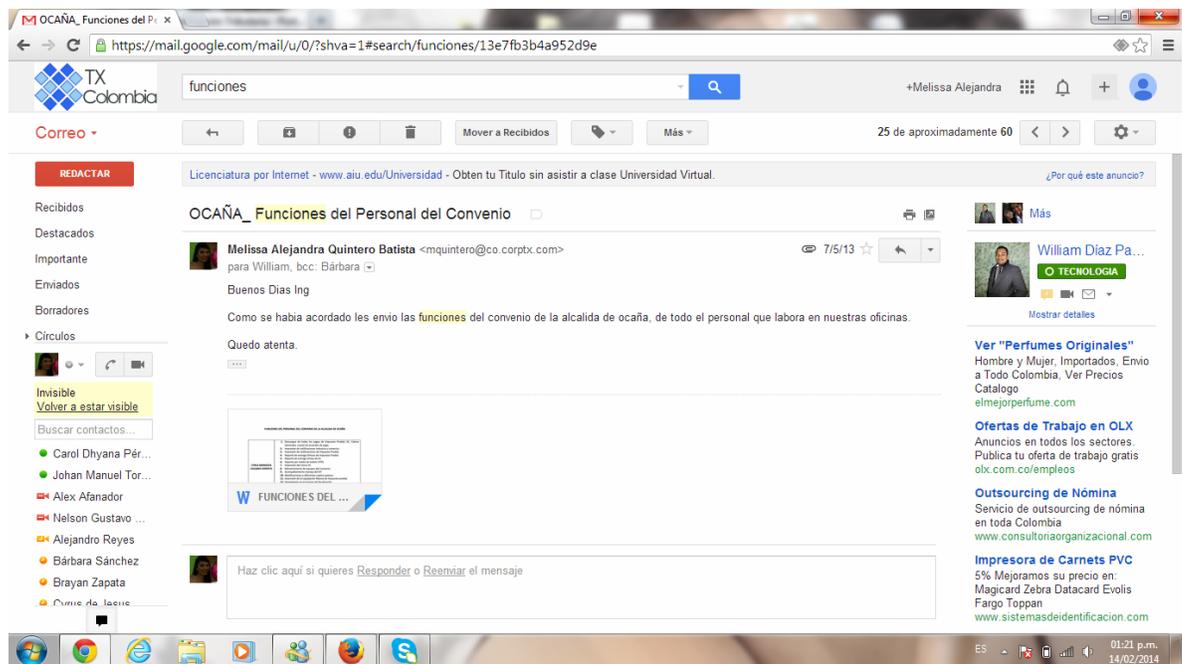
Cuadro 3. Funciones del personal del convenio

<p>Cyrus Mendoza Usuario experto</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Descargue de todos los pagos de Impuesto Predial, IIC, Cobros Generales, cuotas de acuerdos de pago. 2. Impresión de notificaciones Industria y comercio. 3. Impresión de notificaciones de Impuesto Predial. 4. Reporte de entrega Omisos de Impuesto Predial 5. Reporte de entrega Omiso de IIC 6. Soporte por medio de tickets OTRS 7. Impresión del Censo IIC 8. Mantenimiento de equipos del Convenio 9. Acompañamiento manejo del SIT 10. Modificaciones a diferentes sujetos pasivos. 11. Impresión de la Liquidación Masiva de Impuesto predial. 12. Seguimiento en el proceso de fiscalización 13. Cierres de expedientes de Predial e IIC. 14. Cambio de razón social, establecimientos y/o propietarios de industria y comercio. 15. Saldos a favores, compensaciones de pagos dobles. 16. Inscripción de ICC por oficio. 17. Registro extemporáneo de ICC. 18. Archivar tickets.
<p>Susana Álvarez Call Center</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mínimo 30 llamadas diarias a Acuerdos de Pago de IIC 2. Mínimo 30 llamadas diarias a Acuerdos de Pago de Predial 3. Mínimo 30 llamadas diarias a Contribuyentes de IIC vigencias anteriores 4. Mínimo 30 llamadas diarias a Contribuyentes de Impuesto Predial vigencias anteriores 5. Agendar citas para Atención de Agenda V.I.P. 6. Apertura de Expediente de Industria y Comercio y control de ellos. 7. Seguimiento de Acuerdos de Pago de Predial e IIC 8. Archivar. 9. Activación de Usuarios Web 10. Boletines de Prensa 11. Comunicaciones de la Secretaría de Hacienda. 12. Acompañamiento a descentralizaciones.
<p>Omaira fuentes Atención al contribuyente</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atención al Contribuyente (Liquidación de Impuesto Predial, IIC, cobros generales. Cuotas de acuerdos de pago de predial e iic) 2. Reporte diario de Industria y Comercio 3. Ingreso de Resoluciones del IGAC. 4. Inscripción de nuevos establecimientos de comercio al SIT. 5. Archivar 6. Organizar los Ingresos de Reteica
<p>Robinson Maldonado Atención al contribuyente</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atención al Contribuyente (Liquidación de Impuesto Predial, IIC, cobros generales. Cuotas de acuerdos de pago de predial e iic) 2. Reporte diario de Impuesto Predial 3. Ingreso de Resoluciones del IGAC. 4. Inscripción de nuevos establecimientos de comercio al SIT. 5. Agenda V.I.P. 6. Archivar. 7. Acompañamiento a descentralización.

Cuadro 3. (Continuación)

<p>Katheryne Sánchez atención al contribuyente</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atención al Contribuyente (Liquidación de Impuesto Predial, IIC, cobros generales. Cuotas de acuerdos de pago de predial e iic) 2. Reporte diario de Cobros Generales 3. Ingreso de Resoluciones del IGAC. 4. Inscripción de nuevos establecimientos de comercio al SIT. 5. Archivar. 6. Modificaciones de cambios de propietarios.
<p>José Barbosa Atención al contribuyente</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Entrega de Notificaciones de Pliego de Cargos 2. Entrega de Notificaciones de IIC 3. Visita a los establecimiento de comercio (cambio de propietarios, cierres) 4. Visitas a predios 5. Entrega de Liquidación Masiva del impuesto predial 6. Entrega de Liquidación Oficial de Predial. 7. Atención al Contribuyente Cobros varios e ICC 8. Acompañamiento para verificación de extinción de predios y/o establecimientos de comercio. 9. Organización de todo los expediente de Impuesto Predial. 10. Acta de visitas al matadero municipal.
<p>Fuente. Coordinadora convenio interadministrativo</p>	

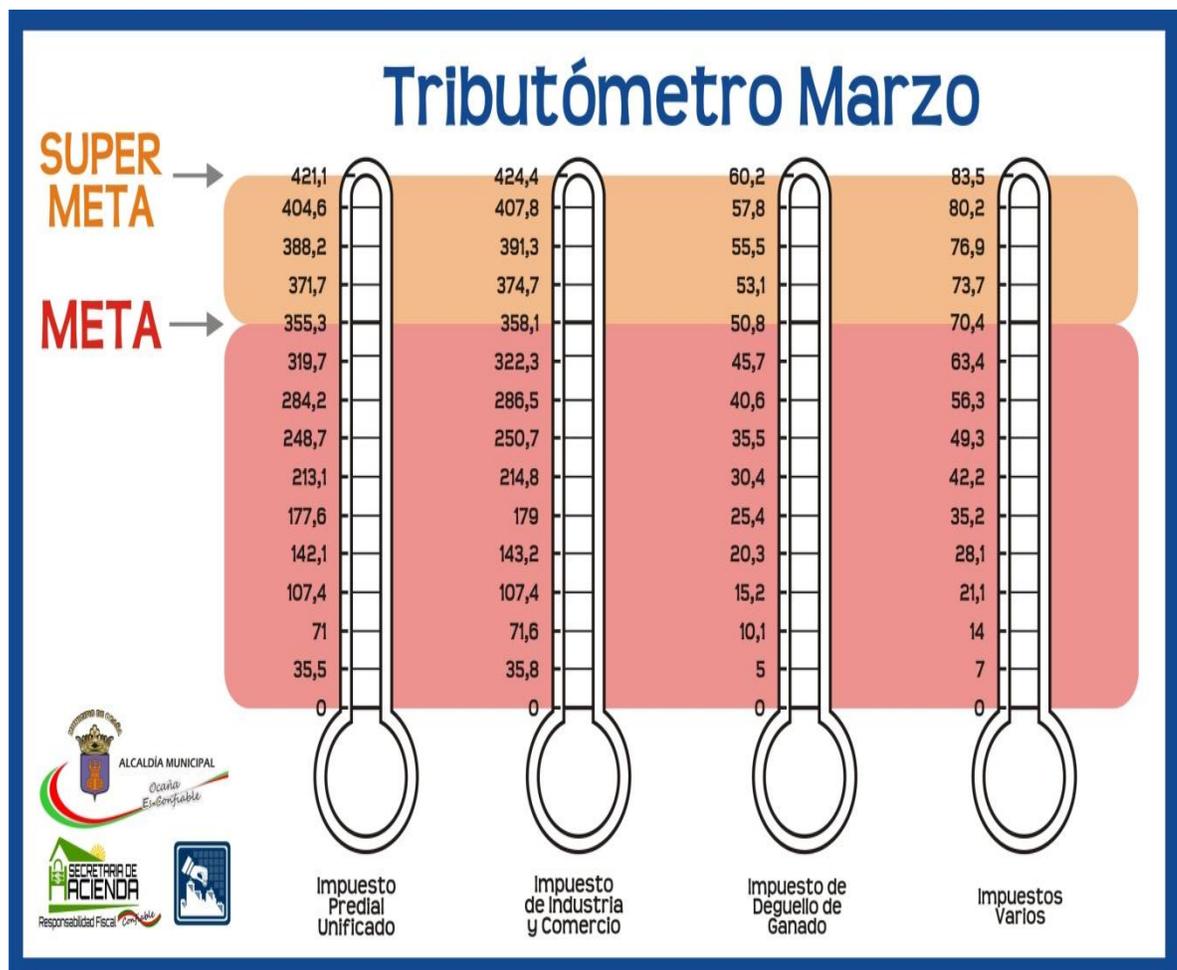
Imagen 3. Pantallazo correo electrónico de las funciones del Grupo TX



Funciones. Coordinadora convenio interadministrativo del Grupo TX

Cumplimiento de metas. Como una estrategia para aumentar los ingresos en la Secretaría de Hacienda, durante las reuniones mensuales se manejó un tributómetro con cifras propuestas. Como incentivo proporcionaban unas metas para el aumento del recaudo, si se cumplía la primera recibíamos una bonificación de \$100.000 pesos y por la súper meta el bono era de \$200.000 pesos. Con estas estrategias el Grupo Tx buscaba a través de un tributómetro que sus empleados aumentaran el recaudo con la buena atención al cliente y el cumplimiento de sus funciones.

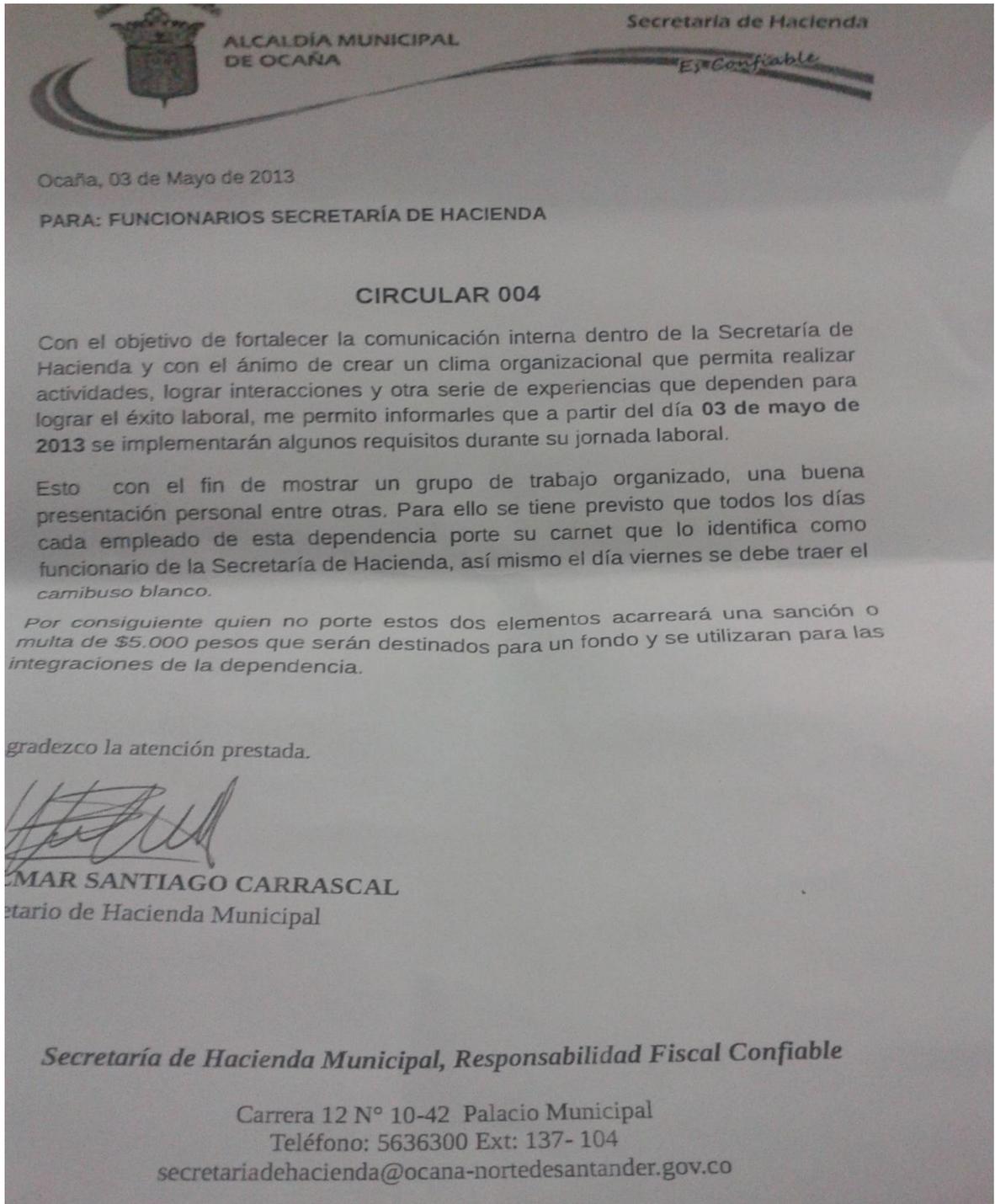
Imagen 4. Tributómetro.



Fuente. Grupo TX

Identificación del personal. Por otro lado se envía la circular 004 solicitando el uniforme los viernes y la implementación del carnet a todos los empleados, se maneja la mecánica que de no cumplir con el requisito será cobrada una multa de \$5.000 que serán destinados para onces e integraciones, por petición del secretario de hacienda Wilmar Santiago Carrascal se implementó no sólo para el grupo TX sino para toda la Secretaría de Hacienda.

Imagen 5. Circular 004.



Fuente. Secretario de Hacienda

Las anteriores actividades fueron desarrolladas mes a mes con el fin de organizar el grupo de trabajo para aprovechar habilidades y destrezas de los funcionarios permitiendo realizar un diagnóstico de fallas obtenidas durante el mes.

Actividad No 1.5 Elaboración de piezas de comunicación que permitan la retroalimentación y la participación. Es un hecho que los colores tienen una gran influencia psicológica sobre los seres humanos. Hay colores que se presentan como estimulantes, alegres, optimistas, tranquilos y dulces. Otros, en cambio son más violentos, agresivos, cálidos, etc.¹⁷

Para entender un poco el diseño de las piezas de comunicación, enfoco la implementación de los colores según su significado.

El color amarillo es también un color que aporta la felicidad, Es un color brillante, alegre, que simboliza el lujo y el cómo estar de fiesta cada día. Se asocia con la parte intelectual de la mente y la expresión de nuestros pensamientos.¹⁸

El verde nos crea un sentimiento de confort y relajación, de calma y paz interior, que nos hace sentir equilibrados interiormente.¹⁹ El salmón se asocia con la felicidad y la armonía.²⁰

El beige es un color que transmite tranquilidad y pasividad.²¹

A través de las siguientes definiciones pude determinar el punto de partida y lograr mediante su impacto, una reacción visual favorable que permita llegar a la sensibilidad de los empleados, logrando que las piezas de comunicación ayuden a alcanzar el objetivo trazado.

El tipo de letra que fue implementado es legible, moderna y de fácil lectura para el personal al cual se va a aplicar el diseño; en cuanto al diseño que se manejó en ambas tarjetas fue totalmente diferente, en la primera imagen con la frase de incentivo laboral se tomó como referente la onda que tiene el slogan de la Administración Municipal para conservar la línea corporativa como referente y en la segunda imagen que es la celebración del día de la mujer el diseño fue de una flor para mostrar la delicadeza de cada funcionaria.

¹⁷ <http://www.escuelapedia.com/significado-de-los-colores/> | Escuelapedia - Recursos educativos

¹⁸ <http://www.euroresidentes.com/horoscopos/colores/significado-amarillo.htm>

¹⁹ <http://www.euroresidentes.com/horoscopos/colores/significado-verde.htm>

²⁰ <http://www.escuelapedia.com/significado-de-los-colores/> | Escuelapedia - Recursos educativos

²¹ <http://www.escuelapedia.com/significado-de-los-colores/> | Escuelapedia - Recursos educativos

Imagen 6. Incentivo laboral



Fuente. Pasante

Este diseño me permitió mostrar a través de la tarjeta y unos pequeños detalles una frase para cada empleado en donde se buscaba dar un incentivo laboral y a su vez reconocer la labor desempeñada dentro de la oficina.

Imagen 7. Día de la mujer



Fuente. Pasante

Con el ánimo de mostrar el valor a cada mujer de la Secretaría de Hacienda, se diseñó esta tarjeta que permitiera resaltar la organización y empuje que las funcionarias tienen dentro de cada dependencia.

Actividad No 1.6 Actualización del blog elaborado por la comunicadora social, con información dinámica y actualizada acerca de las actividades realizadas por la secretaría de hacienda. Los elementos utilizados para el diseño del blog son los colores que identifican el isologotipo de la Secretaría de Hacienda, respetando el Manual de Estilo y Dirección realizado por la Comunicadora Social Yeny Paola Palacio Álvarez, quien en su trabajo de pasantía dentro de la Secretaría de Hacienda determinó los usos permitidos dentro de la dependencia.²²

El isologo de la Secretaría de Hacienda representa a grosso modo su función principal dentro del municipio, es decir para lo que trabaja, el recaudo y la protección de los recursos financieros, la ejecución presupuestal y control de los mismos dentro del Municipio de Ocaña, esto representado a través de una vivienda; el sol se ubica con intenciones de un buen porvenir; el candado en el que se sobrepone el signo pesos indican resguardo y seguridad principalmente.

El eslogan de la Secretaría expresa a la ciudadanía una función transparente y confiable, complementado con los lineamientos de estilo de la actual administración municipal.

Fuente tipográfica usada para el nombre Secretaría de Hacienda y slogan:

- Orbitron(Corel Draw)
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

- Segoe scrip
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Colores:

Según los estipulados por la imagen general de la Administración Municipal

- Verde
- Rojo
- Amarillo
- Blanco
- Negro

²² PALACIO ALVAREZ, Yeny Paola. Manual de estilo, Alcaldía Municipal de Ocaña, I Semestre 2012. P 5

Imagen 8. Blog de la Secretaría de Hacienda



Fuente. Pasante

3.1.2 Desempeño de los elementos comunicativos al interior de la Secretaría de Hacienda en la Alcaldía Municipal de Ocaña, Norte de Santander. En cuanto a las condiciones ambientales de la empresa se debe decir que el clima organizacional analiza y describe una empresa en lo que concierne a sus propiedades, a su estructura y a sus procesos, también es posible identificar las diferentes dimensiones de la percepción del medio ambiente laboral en el que se encuentra el colaborador individual e investigar su influencia sobre la experiencia y las conductas individuales.

La percepción por parte de la organización y del medio ambiente laboral, representa el sistema de filtración o de estructuración perceptiva. En virtud de esta percepción, tal persona efectúa una descripción de la multiplicidad de los estímulos que actúan sobre él en el mundo del trabajo y que representan su situación laboral, y este medio ambiente, se denomina clima de la organización o de la empresa para un individuo.

Las percepciones individuales del clima de la organización consisten aquí en una interacción de características objetivas y hechos que integran el devenir de la organización, por una parte, y características individuales y personales del individuo que percibe por otra.

El clima organizacional parece afectar positivamente o negativamente a la existencia de cierto tipo de interacciones entre los miembros de una organización. Parece afectar al grado de seguridad o inseguridad para expresar los sentimientos o hablar sobre las preocupaciones, de respeto o falta de respeto en la comunicación entre los miembros de la organización.²³

²³ <http://www.calameo.com/books/002623519c8c4db2c390f>

El análisis del clima organizacional suele considerar diferentes aspectos de la organización, entre estos se suelen mencionar con cierta frecuencia:

Ambiente físico: comprende el espacio físico, las instalaciones, los equipos instalados, el color de las paredes, la temperatura, el nivel de contaminación, entre otros.

Características estructurales: como el tamaño de la organización, su estructura formal, el estilo de dirección, etcétera.

Ambiente social: que abarca aspectos como el compañerismo, los conflictos entre personas o entre departamentos, la comunicación y otros.

Características personales: como las aptitudes y las actitudes, las motivaciones, las expectativas, etcétera.

Comportamiento organizacional: compuesto por aspectos como la productividad, el ausentismo, la rotación, la satisfacción laboral, el nivel de tensión, entre otros.

De otra parte y tomando como punto de partida el diagnóstico realizado en la encuesta aplicada para desarrollar el primer objetivo, determino la necesidad de incentivar a los empleados de la Secretaría de Hacienda con diferentes estrategias de comunicación que me permitieran integrar el grupo de trabajo y disminuir el estrés y las posibles diferencias entre ellos. Al aplicar las diferentes actividades se encontró varias dificultades sobre todo con los empleados de nómina, que vienen acostumbrados a una rutina de trabajo lo que no permitía desempeñar nuevas ideas para el ambiente laboral.

Actividad 2.1 Espacios virtuales. A continuación se describen cada una de las actividades desarrolladas en la Secretaría de Hacienda y cumpliendo con el objetivo del desempeño de los elementos comunicativos al interior de la Secretaría.

De otra parte en la Secretaría de hacienda se deben crear un espacio virtual para trabajar mailing recordatorio de encuentros y novedades, y cuestionarios para recopilar información sobre sus miembros:

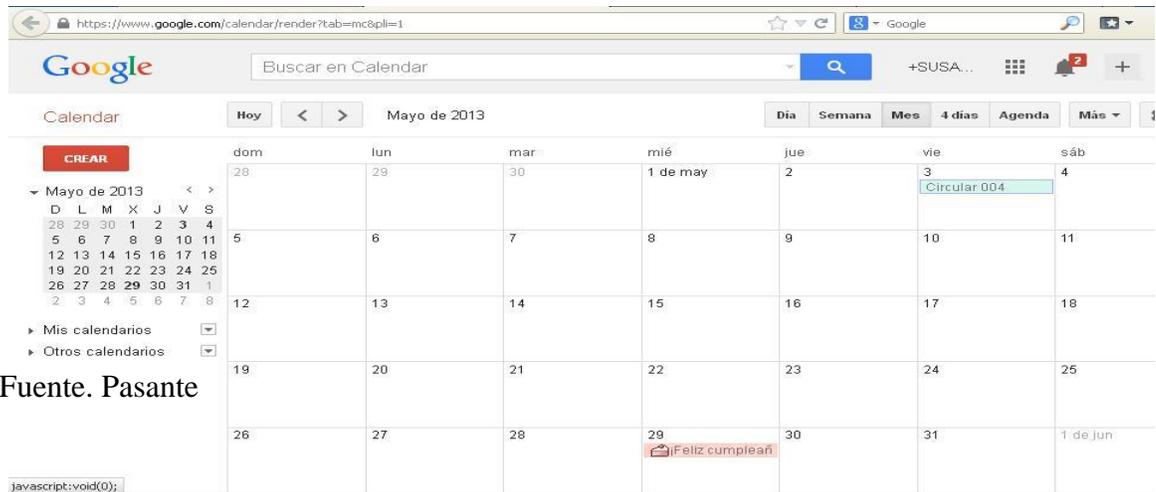
Los usuarios pueden agregar rápidamente eventos de calendario tecleando frases en lenguaje natural, tal como "Cena con José mañana 7pm". Los usuarios pueden también fijar el número de días a mostrar en su modo de vista personalizada. Todos los eventos en un Google Calendar pueden ser comentados por los usuarios.

Los eventos se almacenan online, lo que significa que el calendario puede ser visto desde muchos lugares. En caso de que un usuario experimente una falla de disco duro, también significa que ninguna información se pierde.²⁴

²⁴ http://es.wikipedia.org/wiki/Google_Calendar

La implementación de esta herramienta permitió tener un contacto constante con cada empleado y que participaran de la novedad, recordatorio o una simple reunión. Fue una forma sencilla y fácil de utilizar a través del correo de gmail. Aprovechar esta herramienta nos ayuda a centralizar todas las actividades que se quieren trabajar dentro de la oficina, proporcionando dinamismo y novedad a la hora de captar la atención del personal.

Imagen 9. Google calendar 1.



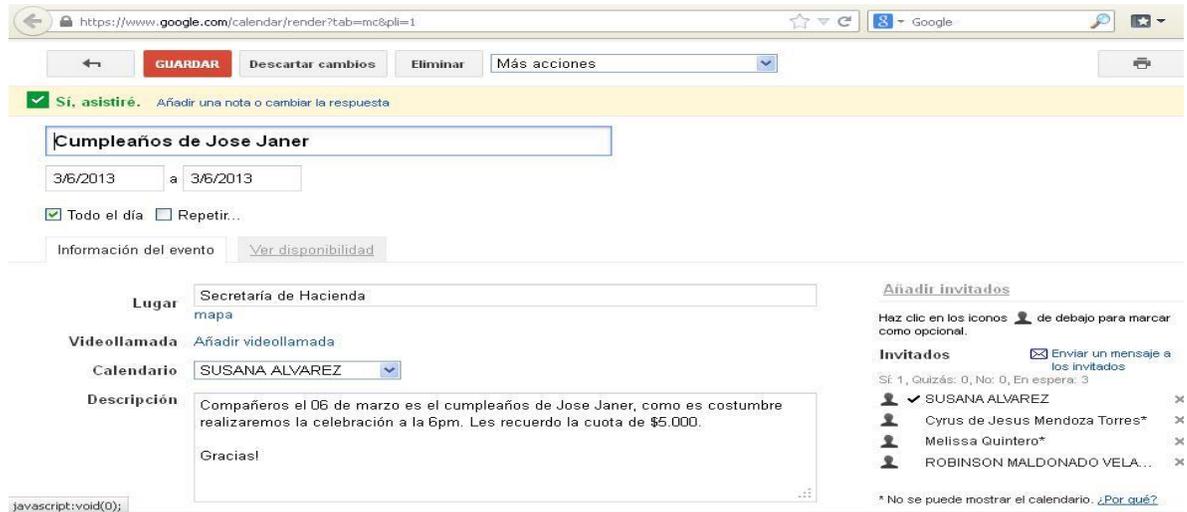
Fuente. Pasante

Imagen 10. Google Calendar 2



Fuente. Pasante

Imagen 11. Google Calendar 3



Fuente. Pasante

Actividad 2.2. Implementación de la cartelera interna de la oficina con temas de motivación laboral. Dentro las estrategias de comunicación implementadas a lo largo del trabajo de pasantías, se quiso aprovechar la cartelera interna con el fin de plasmar textos alusivos al trabajo en equipo y el clima organizacional, que permita crear conciencia de la importancia de ésta práctica dentro de la jornada laboral y a su vez sentido de pertenencia con la dependencia.

Imagen 12. Cartelera



Fuente. Pasante

La cartelera interna manejada al interior de la Secretaría de Hacienda se realizó pensando en el impacto visual que podría tener con temas de interés laboral. Para obtener un resultado favorable se manejó el cambio de la información cada 15 días. Para tal fin se trabajó con una letra arial 40 en negrilla para los títulos y para el cuerpo de la noticia se trabajó en arial 20.

Dentro de los elementos que contiene la documentación expuesta en la cartelera estaba la combinación de texto con imagen, lo que hacía enriquecedor la actividad para reconocimiento visual.

Actividad 2.3 Diseño de un house organ con información de la empresa para crear sentido de pertenencia entre los empleados. En esta actividad también se toma como referente el manual de Estilo y Dirección realizado por la comunicadora social Yeny Paola Palacio Álvarez. Su contenido es mostrar el horizonte institucional de la dependencia y que sus empleados conozcan hacia dónde quiere llegar dentro del Municipio de Ocaña.²⁵

Es una herramienta central de la comunicación interna que busca optimizar la imagen de la institución y comunicarla a su personal, mientras mejora la motivación y profundiza el sentido de pertenencia. Se busca que el empleado se sienta cómodo, identificado con los objetivos de la empresa, que exista un buen clima organizacional. La idea con este recurso de comunicación es lograr llegar a la mayoría de los empleados, sobre todo aquellos que no están en contacto con recursos informáticos.²⁶

Imagen 13. House Organ

SECRETARÍA DE HACIENDA

La Secretaría de Hacienda Municipal es el órgano encargado de garantizar la ejecución presupuestal y control financiero, mediante la fiscalización y liquidación de Recaudo y Cobro Administrativo Coactivo de los Impuestos, tasas, contribuciones, sanciones y transferencias.

OBJETIVOS

La los gastos públicos, las políticas de financiación, la consolidación Secretaría de Hacienda tiene como objetivo atender la gestión de los ingresos y el buen manejo de la hacienda pública de nuestro Municipio.

SECRETARIA DE HACIENDA
Responsabilidad Fiscal *Confiable*
 RESPONSABILIDAD FISCAL

FUNCIONES DE LA SECRETARÍA DE HACIENDA

- Crear la política financiera del Municipio.
- Recaudar impuestos y gestionar los recursos de crédito y de transferencias.
- Proyectar las finanzas y registrar la contabilidad.
- Pagar las deudas y compromisos a favor de los contratistas, proveedores y funcionarios públicos.

MISIÓN

Administrar la Finanzas Públicas del Municipio de Ocaña, garantizando la sostenibilidad financiera, fiscal y contable y el desarrollo económico y social dando prioridad al gasto público social contemplado en la Constitución Política.

VISIÓN

Ser reconocida y líder en el manejo razonable, efectivo y transparente de los recursos financieros del Municipio de Ocaña a nivel Nacional; ser una entidad modelo de gestión pública moderna, humana y productiva.

VALORES

Los valores éticos que deberán regir la conducta y actividades internas y externas de los servidores de la Secretaría de Hacienda del Municipio de Ocaña, son los siguientes:

- Transparencia
- Efectividad
- Honestidad
- Respeto
- Responsabilidad
- Dignidad Humana

Fuente. Pasante

²⁵ PALACIO ALVAREZ, Yeny Paola. Manual de estilo, Alcaldía Municipal de Ocaña, I Semestre 2012. P 5

²⁶ <http://suite101.net/article/que-es-un-house-organ-y-para-que-sirve-a32575>

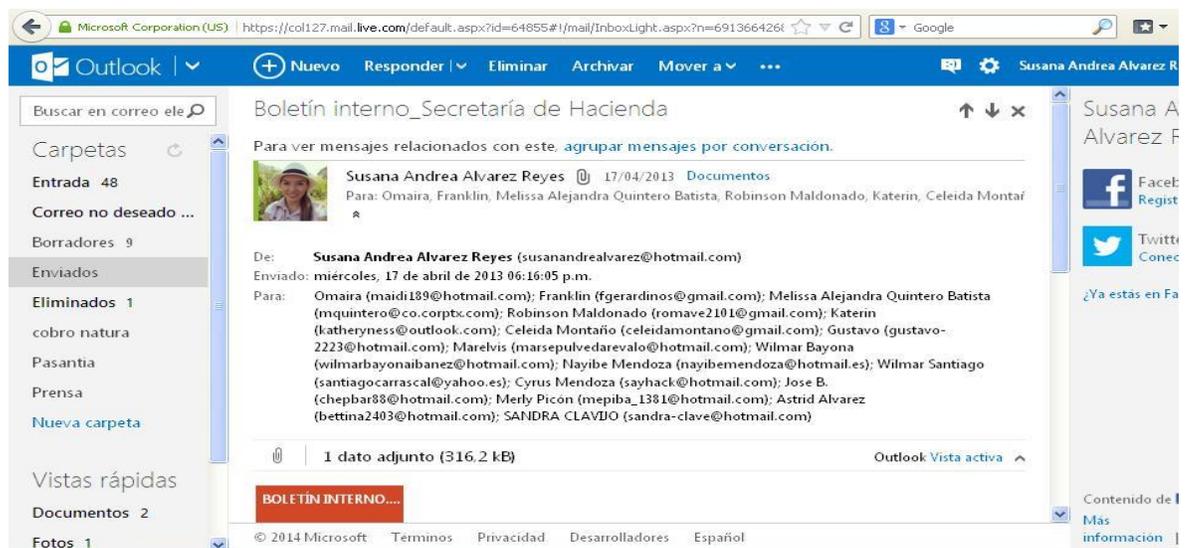
Actividad No 2.4 Elaboración y diseño del boletín informativo interno de la Secretaría de Hacienda para ser empleado vía mail entre el grupo de trabajo. El boletín interno permite informar a todos los empleados sobre los avances y proyectos dentro de la Secretaría de Hacienda, aunque se presentaron inconvenientes sobre todo con los empleados de nómina quienes rechazaron de primera medida la estrategia ya que expresaban no quedarles tiempo para leer la información suministrada. Cuando la persona no leía lo que se enviaba vía mail, se optaba por imprimirlo en papel reciclaje con una carita feliz.

Imagen 14. Correo electrónico de boletín interno 1



Fuente. Pasante

Imagen 15. Correo electrónico del boletín interno 2



Fuente. Pasante

Imagen 16. Diseño boletín interno



Fuente. Pasante

Actividad 2.5 Organizar y festejar los cumpleaños de cada empleado de la Secretaría de Hacienda. Como resultado de la encuesta aplicada a los 18 empleados de la Secretaría de Hacienda, una de las peticiones era la celebración de cada fecha importante en la oficina.

Se inicia pidiendo una cuota de \$5.000 pesos que permitía comprar una torta, realizar la comida, el regalo y la decoración del lugar de trabajo. A través de estas actividades los funcionarios lograban una integración dentro de su jornada laboral.

Imagen 17. Celebración de cumpleaños



Fuente. Pasante

3.1.3 Elementos internos de comunicación para la Secretaría de Hacienda en la Alcaldía Municipal de Ocaña, Norte de Santander. Según Pizzolante la comunicación interna define situaciones en donde dos o más personas intercambian, comulgan o comparten principios, ideas o sentimientos de la empresa con visión global.

Las organizaciones requieren que puedan desarrollarse estrategias de comunicación interna para todo el personal, ya que esto permite mejor confianza, empatía y sobre todo conocer los aspectos emocionales y mentales que experimenta sus compañeros de trabajo en sus áreas de trabajo

Pizzolante resalta los elementos que debe ser parte de un manual de gestión, siendo este manual un instrumento que sintetiza y explicita la estrategia de comunicación de la empresa y que define los parámetros de organización y gestión de su función comunicativa. Veamos algunos aspectos para tomar en consideración.²⁷

Según Robbins (1999) La comunicación interna se divide en tres tipos:

- Comunicación ascendente: Este tipo de comunicación fluye hacia un nivel superior en el grupo o la organización. Se utiliza para proporcionar retroalimentación a los de arriba, informarle hacia el progreso de las metas y darles a conocer problemas actuales. Aquí los gerentes pueden saber cómo se sienten los empleados en sus puestos de trabajo, con sus compañeros de trabajos y con la organización en general. Aquí se pueden usar algunas medios comunicacionales como son: Los correos electrónicos, entrevistas al personal, buzón de sugerencias y retroalimentaciones grupales.²⁸

- La Comunicación descendente Aquí la comunicación fluye de un nivel del grupo u organización a un nivel más bajo. Es utilizado por los líderes de grupo y los gerentes para asignar metas, proporcionar instrucciones, informar a los subordinados, acerca de las políticas o procedimientos, también para retroalimentar aspectos de su desempeño. Los líderes pueden hacer uso para comunicarse con su personal como son: reuniones formales e informales, intranet, dinámicas grupales, entrevistas personales, correos electrónicos.

Comunicación lateral: Aquí se da cuando la comunicación tiene lugar entre los miembros del mismo grupo de trabajo, al mismo nivel, entre los gerentes del mismo nivel. Este tipo de medio utiliza más herramientas como son comunicaciones directas verbales, reuniones de grupos informales, uso de los correos electrónicos y retroalimentaciones en reuniones de grupos.

En los tiempos que vivimos se hace mucho uso de la tecnología para comunicarse, pensando que esto es lo más importante a la hora de comunicarnos, pero siempre será irremplazable la comunicaciones directas, personales, cara a cara, donde no solo se da a conocer las expresiones verbales de la comunicaciones, sino también las comunicaciones

²⁷ <http://psicologiayempresas.wordpress.com/tag/comunicacion-interna/>

²⁸ <http://www.eumed.net/ce/2012/smm.html>

no verbales. Así se podrá llegar a una efectividad en la comunicación que las personas transmitan, ya sea a niveles descendentes, ascendentes o laterales.

Actividad 3.1 Jornada recreativa que permita socializar la estrategia comunicativa realizada para la secretaría de hacienda por parte de la comunicadora social.

Entrega de mercados. Como respuesta a las diferentes estrategias de comunicación implementadas en la Secretaría de Hacienda se toma la iniciativa de realizar donaciones de mercados para las familias vulneradas en el Municipio de Ocaña. La actividad se realizaba los sábados a manera de integración y labor que llamamos “RESPONSABILIDAD SOCIAL CONFIABLE”.

Tomando como base la encuesta realizada al iniciar el proceso de la pasantía se determinó la disposición del personal para realizar obras sociales, voluntad que fue aprovechada para implementar los mercados proyectados mensualmente. Estas actividades permiten expresar el compromiso con la comunidad.

Imagen 18. Entrega de mercados



Fuente. Pasante

La siguiente integración se realizaba los sábados dentro de la Alcaldía Municipal de Ocaña, oficina de la Secretaría de Hacienda con el fin de desestresar al personal debido a la carga de trabajo que se tenía durante la semana. El sábado tocaba asistir para organizar las jornadas de descuentos en el impuesto.

Como conclusión de las actividades realizadas en la Secretaría de hacienda se expresa que fue un trabajo en muchas ocasiones difícil por la rutina que lleva el empleado al realizar las actividades, lo que no permite intervenir con nuevas ideas de implementación para lograr un cambio en el ambiente laboral.

Se quería lograr que la comunicación mejorara para así mostrar un mejor desempeño a nivel profesional y personal, el ambiente tan pesado que se evidencia al ingresar a la oficina fue cambiando a medida que se fueron implementando las estrategias; siempre se insistió a la hora de aplicar la actividad para poder mostrar resultados positivos y que ellos se dieran cuenta del cambio y la mejoría del ambiente.

Actividad 3.2 Espacio de encuentro donde se capacite a todos los empleados de la Secretaría de Hacienda sobre trabajo en equipo y ambiente laboral. Teniendo en cuenta la necesidad y aceptación de las capacitaciones, a continuación se propone la siguiente.

Modelo de Capacitación para los funcionarios de la Secretaría de Hacienda.

Tema. Trabajo en equipo y ambiente laboral.

Descripción de la actividad

El sentido de esta actividad es entrenar la capacidad de identificar objetivos grupales y valorar el grado de adhesión que deben tener los miembros del equipo para comprometerse con los resultados esperados.

Se trabajará en equipos de seis a ocho personas, creando la publicidad para un nuevo jabón. El éxito del proyecto requerirá que se fijen objetivos precisos y que la forma de identificarlos sea producto de un trabajo colectivo.

Preparación

Fotocopie la “Pauta para los observadores”; una por equipo.

Disponga de revistas con buenas fotografías en colores, que puedan ser recortadas por los participantes.

Tenga a mano tijeras, pliegos de cartulina y goma de pegar, en una cantidad suficiente de acuerdo al número de equipos.

Desarrollo

Comente con el grupo la importancia del trabajo en equipo y estimule la toma de contacto con el tema, pidiéndoles que identifiquen experiencias de este tipo que hayan sido significativas para ellos, como por ejemplo, organizar una actividad del curso o una fiesta

familiar. Introduzca la actividad mencionando que en un equipo, para que todos puedan contribuir adecuadamente, es fundamental contar con objetivos claros que orienten el desempeño de cada cual.

Divida al grupo en equipos de seis a ocho personas y distribúyales una revista, tijeras, goma de pegar y un pliego de cartulina a cada equipo.

Solicite que cada equipo elija un observador y entrégueles la “Pauta para los observadores”.

Luego de revisar con ellos sus instrucciones, indíqueles que vuelvan a incorporarse a su equipo.

Indique a cada equipo que ellos pertenecen a una empresa de publicidad y que deben diseñar un cartel y un eslogan, que será expuesto en microbuses, paraderos y estaciones de metro, para dar a conocer un nuevo jabón que pronto saldrá al mercado. Sus servicios han sido contratados por el dueño de la empresa que fabrica y comercializa el jabón, y es a él a quien tienen que presentar su propuesta gráfica.

Otórqueles 15 minutos para que creen el eslogan y diseñen el cartel.

Puesta en común

Un representante por equipo presentará el cartel y el eslogan, explicando los objetivos que se plantearon para desarrollarlos. Luego, ofrezca la palabra a los observadores. Pregúnteles si para hacer el trabajo les habría bastado a los equipos con las orientaciones iniciales. Solicíteles que comenten los objetivos que cada equipo definió y el grado de participación que hubo en dicha definición. Destaque la importancia de lograr el compromiso de todos los miembros de un equipo para alcanzar un objetivo.

Someta a juicio de la plenaria el proyecto ganador, por aplausómetro, premiando al que haya logrado mayor coherencia entre el diseño del cartel y los objetivos.

Conclusiones

El relator, a partir de las intervenciones de los participantes, les ayudará a concluir que es poco eficiente que los equipos de trabajo inicien su trabajo sin tener definiciones claras de hacia dónde van, qué quieren, cómo lo van a lograr, al tiempo que para tener buenas definiciones, deben ser trabajadas participativamente.

Imagen 21. Capacitación a los empleados



Fuente. Pasante

El objetivo principal al realizar la capacitación era lograr que el equipo viera la necesidad de trabajar de manera unida, con ideas claras que permitan lograr las metas propuestas en la dependencia.

Tener un equipo exitoso no es sencillo, la clave está en el esfuerzo de entender y aceptar a cada integrante con sus fortalezas y debilidades. Un buen constructor de equipo es alguien que puede explotar exitosamente las fortalezas y encontrar maneras de hacer que las debilidades de cada persona trabajen a su favor.²⁹

Queda la experiencia de pensar conjuntamente y tener un buen clima organizacional que genere la base del entendimiento y la confianza para poder desarrollar ideas que permita sobresalir entre la multitud.

²⁹ www.emprendedores-de-negocios.com/equipo-exitoso.html

4. DIAGNÓSTICO FINAL

Con el trabajo realizado en la oficina de la Secretaría de Hacienda, Alcaldía Municipal de Ocaña, se contribuyó a mejorar el funcionamiento interno de la dependencia, proporcionando estrategias de comunicación óptimas para el desarrollo adecuado de las actividades, logrando con esto que en la Secretaría se mejore el clima organizacional, creando y fortaleciendo lazos de amistad y compañerismo entre los empleados.

La dependencia inicialmente no contaba con estrategias de comunicación, con lo que se evidenciaba falta de compromiso del trabajador hacia la entidad y la labor realizada, lo que dificultaba el logro de los objetivos u objeto social.

En la actualidad se cuenta con estrategias de comunicación como piezas de comunicación que permitan la retroalimentación y la participación, se actualizó el blog elaborado por la Comunicadora Social, con información dinámica y actualizada acerca de las actividades realizadas por la Secretaría de Hacienda, creación de espacios virtuales para trabajar mailing recordatorio de encuentros y novedades, y cuestionarios para recopilar información sobre sus miembros, implementación de la cartelera interna de la oficina con temas de motivación laboral, se diseñó un house organ con información de la empresa para crear sentido de pertenencia entre los empleados, elaboración y diseño del boletín informativo interno, organización y festejo de los cumpleaños de cada empleado, jornadas recreativas y espacios de encuentro para capacitaciones motivando el trabajo en equipo y el buen ambiente laboral.

Con el desarrollo de la pasantía se tuvo la posibilidad de poner en práctica los conocimientos adquiridos durante la formación profesional, conocimientos bien afianzados en cuanto a la comunicación social.

5. CONCLUSIONES

Con la aplicación de instrumentos como la entrevista y la encuesta, se pudo determinar que entre los funcionarios de la Secretaría de Hacienda no existe una buena comunicación, propiciando un clima organizacional deficiente, por lo que se hace necesario elaborar estrategias para mejorar la comunicación.

De acuerdo al trabajo realizado en la dependencia de la Secretaría de Hacienda, es necesario diseñar e implementar nuevos elementos de comunicación, teniendo en cuenta que los que existen se encuentran desactualizados, y estos no contribuyen que el funcionario preste un adecuado servicio a los clientes.

El diseño de nuevos elementos internos de comunicación, ayuda a fomentar el desarrollo de la comunicación dentro de las otras dependencias de la Alcaldía Municipal, convirtiéndose la Secretaría de Hacienda en modelo a seguir por las otras dependencias y así mostrar resultados, buen clima organizacional, eficiencia y eficacia en los servicios ofrecidos a la comunidad.

6. RECOMENDACIONES

En función de los resultados y conclusiones que se obtuvieron con el desarrollo de la pasantía y el cumplimiento de los objetivos, se recomiendan las siguientes acciones:

Realizar constantes diagnósticos o sondeos con el objetivo de recoger las impresiones e inconformidades de los funcionarios y entrar a corregir dichas anomalías, logrando así mejorar cada día más el servicio ofrecido por la dependencia.

Continuar la implementación de las estrategias de comunicación diseñadas, manteniendo a los funcionarios informados de los nuevos cambios y manejos al interior de la dependencia.

Motivar a los funcionarios para que continúen realizando las actividades propuestas, en la pasantía, y así incentivar a los demás compañeros, con el objetivo de mejorar y ser eficientes y eficaces para los usuarios y comunidad en general.

BIBLIOGRAFÍA

Alcaldía del Municipio de Ocaña, Norte de Santander, Archivo Secretaría de Hacienda, Manual de Estilo y Dirección. P 1

ESPAÑA BOE, Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y Procedimiento Administrativo Común, en Boletín Oficial del Estado, de 27 de noviembre 2010, N. 285, p 4.

GONZÁLEZ RODRÍGUEZ, Miguel, *La función pública en Colombia*, Za ed. Bogotá, Librería Jurídica Wilches, 1987, p. 4.

HERNÁNDEZ, Pedro, Alfonso, "Evolución de la carrera administrativa y principios constitucionales del modelo de función pública en Colombia. Bogotá, Sep/2011.

LÓPEZ, Lourdes. Importancia de la estructura organizacional en una empresa. Universidad del Valle. Guatemala. Editorial Cupido. 2000. P 23

REPÚBLICA DE COLOMBIA. Constitución Política de Colombia. Edición Cupido. 2000. p 26

REPÚBLICA DE COLOMBIA. Ley 489 de 1998. Por la cual se dictan normas sobre la organización y funcionamiento de las entidades del orden nacional, se expiden las disposiciones, principios y reglas generales para el ejercicio de las atribuciones previstas en los numerales 15 y 16 del artículo 189 de la Constitución Política y se dictan otras disposiciones. 2010. P 7

RODRÍGUEZ, Rodríguez, Libardo. "*Derecho Administrativo General Y Colombiano*". 15ª. Edición. Ed TEMIS. Bogotá- Colombia. 2009.

REFERENCIAS DOCUMENTALES ELECTRÓNICAS

<http://ocana-nortedesantander.gov.co/nuestraalcaldia.shtml?apc=aIxx-1-&m=q>

<http://ocana-nortedesantander.gov.co/nuestraalcaldia.shtml?apc=aIxx-1-&m=q#etica>

<http://www1.cundinamarca.gov.co/gobernacion/hacienda/LaSecretaríadeHacienda/Qui%C3%A9nessomos/Objetivosyfunciones/tabid/1003/language/es-ES/Default.aspx>

<http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/supesp/estrategia.htm>

ARELLANO, E. (1998). La estrategia de comunicación como un principio de integración/interacción dentro de las organizaciones. *Razón y palabra*, enero- marzo, Vol. 3, [Edición especial]. Extraído el 06 abril de 2009 desde <<http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/supesp/estrategia.htm>>