	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		1(48)	

RESUMEN - TESIS DE GRADO

AUTORES	DIANA LUZ SILVA SAUMETH
FACULTAD	DE INGENIERÍAS DE EDUCACION, ARTES Y HUMANIDADES
PLAN DE ESTUDIOS	COMUNICACIÓN SOCIAL
DIRECTOR	HEVER AUGUSTO PAEZ QUINTANA
TÍTULO DE LA TESIS	CLIMA ORGANIZACIONAL DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE VALLEDUPAR

RESUMEN (70 palabras aproximadamente)

EL PRESENTE PLAN DE TRABAJO TUVO COMO PROPÓSITO FUNDAMENTAL REALIZAR UN DIAGNÓSTICO DEL CLIMA ORGANIZACIONAL EN LA CÁMARA DE COMERCIO DE VALLEDUPAR, QUE PERMITA RECONOCER LAS CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DE LOS COMPORTAMIENTOS DE LOS FUNCIONARIOS Y DEL AMBIENTE DE TRABAJO EN EL QUE SE DESENVUELVEN.

SE DESARROLLARON UNA SERIE DE ACTIVIDADES ENTRE ESTAS UNA ENCUESTA A LOS FUNCIONARIOS DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE VALLEDUPAR

CARACTERÍSTICAS

PÁGINAS: 48	PLANOS:	ILUSTRACIONES:	CD-ROM: 1
-------------	---------	----------------	-----------



CLIMA ORGANIZACIONAL DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE VALLEDUPAR

DIANA LUZ SILVA SAUMETH

Trabajo final modalidad pasantía presentado para optar el título de Comunicador Social

Director

HEVER AUGUSTO PAEZ QUINTANA

Especialista en Práctica Docente Universitaria

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER
FACULTAD DE EDUCACION, ARTES Y HUMANIDADES
COMUNICACIÓN SOCIAL**

Ocaña, Colombia

Agosto de 2016

Dedicatoria

A mis padres, Fernando Silva y Edna Saumeth, por su Paciencia, cariño, apoyo y su comprensión en todas las cosas de mi vida y mi carrera como Profesional.

A mis hermanos Jennifer Silva y Fernando Silva por su confianza y apoyo.

A mi esposo Luis Rivera por su confianza y apoyo durante toda la carrera como profesional.

Agradecimientos

A Dios por brindarnos esta gran oportunidad de vida, por permitirnos conocer a grandes compañeros y colegas en este proceso de nuestra vida.

Y a todas las personas que, de una u otra forma, colaboraron o participaron en la realización de esta pasantía, doy mis sinceros agradecimientos.

Índice

Capítulo 1. Clima organizacional de la Cámara de Comercio de Valledupar	1
1.1 Descripción breve de la empresa	1
1.1.1 Misión.....	1
1.1.2 Visión.	1
1.1.3 Objetivos de la empresa	2
1.1.4 Descripción de la estructura organizacional.....	2
1.1.5 Descripción de la dependencia y/o proyecto al que fue asignado	3
1.2 Diagnóstico inicial de la dependencia asignada	4
1.2.1 Planteamiento del problema	7
1.3 Objetivos.....	8
1.3.1 General.	8
1.3.2 Específicos.....	8
1.4 Descripción de las actividades a desarrollar en la misma.	9
 Capítulo 2. Enfoques referenciales	 10
2.1 Enfoque conceptual	10
2.2 Enfoque legal.....	14
 Capítulo 3. Informe cumplimiento de trabajo.....	 18
3.1 Informe ejecutivo de la encuesta	18
3.1.1 Resultados de la encuesta	18
3.1.2 Diagnostico final de la encuesta.....	20
 Capítulo 4. Diagnostico final	 27
 Capítulo 5. Conclusión.....	 29
 Capítulo 6. Recomendaciones.....	 30
 Referencias.....	 31
 Apéndices.....	 32

Lista de figuras

Figura 1. Organigrama cámara de comercio de Valledupar.	3
Figura 2. Resultados encuestas	18

Lista de tablas

Tabla 1. Matriz DOFA.....	4
Tabla 2. Descripción de las actividades.....	9

Lista de apéndices

Apéndice A. Encuesta a los trabajadores de la Cámara de Comercio Valledupar	33
Apéndice B. Registro fotográfico	35

Resumen

El presente plan de trabajo tuvo como propósito fundamental realizar un diagnóstico del clima organizacional en la cámara de comercio de Valledupar, que permita reconocer las características principales de los comportamientos de los funcionarios y del ambiente de trabajo en el que se desenvuelven.

Se desarrollaron una serie de actividades entre estas una encuesta a los funcionarios de la cámara de comercio de Valledupar, donde se pudo identificar la percepción de cada uno de ellos con respecto al clima organizacional y la forma existente como resuelven los conflictos suscitados por el diario vivir dentro de la institución.

Al finalizar las actividades, se pudo observar que el clima laboral mejoro, facilitando el buen funcionamiento entre los compañeros de trabajo y el apoyo de los administrativos, lo cual esto hace más ameno el desempeño que se ve reflejado en cada oficina de los funcionarios de la cámara de comercio de Valledupar.

Abstract

This work plan's main purpose was to diagnose the organizational climate in the Chamber of Commerce of Valledupar, which recognizes the main features of the behavior of officials and the working environment in which they operate.

a series of activities among these a survey to officials of the chamber of commerce of Valledupar, where it was possible to identify the perception of each with respect to the organizational climate and the existing form and resolve conflicts arising from daily life were developed within the institution.

At the end of the activities, it was observed that the working environment improved, facilitating the smooth operation among coworkers and support administrative, which is this makes it more enjoyable The performance is reflected in every office of Officers the Chamber of Commerce of Valledupar.

Introducción

La realización del presente plan de trabajo tiene como objeto diseñar un plan estratégico de comunicación para fortalecer el clima organizacional de la cámara de comercio de Valledupar

Las pasantías fueron realizadas en la cámara de comercio de Valledupar (que es una entidad privada sin ánimo de lucro que presta un servicio público del estado, ubicada en la ciudad de Valledupar en el departamento del Cesar en la Calle 15 No 4-33), por un periodo de cuatro (04) meses, en los cuales se desarrollaron las actividades planteadas de acuerdo al cronograma presentado.

Por otro lado, adentrándonos al interior de la organización, se evidencia un cualificado equipo humano, con perfiles idóneos para cada una de sus funciones, garantizando así una excelencia en los servicios prestados con un profundo sentido humano.

Sin embargo, la institución no cuenta con estrategias claras comunicativas, que permitan un clima organizacional más afable que redunde en los procesos cotidianos de la cámara de comercio desde sus tratos internos hasta la atención directa con el público.

Debido a esto se realiza un diagnóstico del clima organizacional en la cámara de comercio que permita reconocer las características principales de los comportamientos de los funcionarios y del ambiente de trabajo en el que se desenvuelven.

Capítulo 1. Clima organizacional de la Cámara de Comercio de Valledupar

1.1 Descripción breve de la empresa

La Cámara de Comercio de Valledupar es una entidad privada sin ánimo de lucro, representativa del sector empresarial, la cual desarrolla seis (6) funciones básicas: llevar en forma eficiente el Registro Mercantil, Registro Único de Proponentes, Centros de Conciliación y Arbitraje, Registrar las Entidades Privadas sin Ánimo de Lucro, Promover el desarrollo empresarial en la ciudad de Valledupar y en el Departamento del Cesar, y el desarrollo social y cívico de la comunidad. La Cámara de Comercio de Valledupar ha promocionado y liderado iniciativas que impulsan el bienestar para el departamento del Cesar, como creación de muchas empresas y organizaciones gremiales y además, ha abanderado proyectos para mantener los recursos naturales y el embellecimiento de la ciudad.

1.1.1 Misión. Somos una entidad prestadora de servicios de Registros Públicos y Gestión del Desarrollo empresarial, comprometida con el mejoramiento continuo y la excelencia del servicio, apoyada en un talento humano con alto conocimiento y avanzada tecnología de la información.

1.1.2 Visión. Ser reconocidos como garantes en la prestación de servicios públicos y gestores en el desarrollo empresarial regional.

1.1.3 Objetivos de la empresa

Objetivo General. Prestar un servicio integral en cuanto a Registros Públicos y el mejoramiento continuo del Desarrollo Empresarial en nuestra región.

Objetivos Específicos. Promover el emprendimiento, formalización y fortalecimiento Empresarial.

Ser Garantes en la Administración de los Sistemas Públicos de Información Empresarial.

Prestar servicios oportunos y de calidad.

Gestionar adecuadamente la infraestructura tecnológica que apoya el servicio.

Fortalecer las competencias del Talento Humano de la Organización.

Mejorar continuamente los procesos de la organización.

1.1.4 Descripción de la estructura organizacional. La Cámara de Comercio de Valledupar es una entidad privada sin ánimo de lucro que presta un servicio público del Estado. En cabeza de esta organización se encuentra la Asamblea General de Afiliados, la Junta Directiva y la Presidencia Ejecutiva. En este orden jerárquico, la Junta Directiva es quien autoriza y toma decisiones de nivel relevante dentro de la entidad. Le precede la Dirección Administrativa y Financiera, quien tiene la responsabilidad de manejar todo lo concerniente a recursos económicos.

De la Presidencia Ejecutiva y la Dirección Administrativa se desprenden las 8 dependencias o áreas con que cuenta la entidad, Área de Contabilidad, Área de Registros

Públicos, área de Sistemas, Área de Atención al Cliente, Área de Promoción y Desarrollo, Área Desarrollo Empresarial, Área Conciliación y Arbitraje, Área Servicios Generales.



Figura 1. Organigrama cámara de comercio de Valledupar.

Fuente. Pasante del proyecto

1.1.5 Descripción de la dependencia y/o proyecto al que fue asignado. El área de Comunicación y Relaciones Públicas de la Cámara de Comercio de Valledupar tiene como propósito esencial la promoción, difusión y publicidad de las actividades, programas, eventos y gestión institucional.

Es responsable ante la presidencia ejecutiva por la organización y realización exitosa de los eventos de índole institucional, de la imagen corporativa y de la relación con los diferentes medios de comunicación a nivel local y nacional.

Tiene a su cargo la dirección y producción de los órganos de difusión masiva que considere pertinente implementar la entidad, tales como periódicos, revistas, programas radiales, espacios televisivos etc.

Responde esta área, por la utilización eficiente de las redes sociales y por la divulgación en la web de toda la información referida a noticias, proyectos, eventos, actividades, comunicados, artículos y estudios generados por la presidencia ejecutiva.

Desde el área de comunicaciones y relaciones públicas se coordina y administra la logística y utilización de los auditorios de la entidad, los cuales están al servicio del cliente .

1.2 Diagnóstico inicial de la dependencia asignada

Tabla 1.

Matriz DOFA

		FORTALEZAS	DEBILIDADES
		Factores Internos	<ul style="list-style-type: none"> • Alta credibilidad de la entidad, por ser una empresa que presta sus servicios de una forma idónea. • Amplias y seguras instalaciones brindando comodidad a los trabajadores y usuarios.
Factores Externos			

Tabla 1 continuación

OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecimiento económico de la región, en coyuntura a un escenario de posconflicto. • Aumento en la inscripción de nuevos registros mercantiles, motivados por el incremento del turismo en la ciudad, al ser el vallenato patrimonio inmaterial de la humanidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Robustecer la imagen corporativa de la entidad en toda la región. • Incentivar a la población a formalizar legalmente sus actividades mercantiles. 	<ul style="list-style-type: none"> • Crear escenarios de comunicación, que permitan mejorar las relaciones interpersonales de los funcionarios y con los usuarios. • Aumentar el personal encargado de manejar las comunicaciones de la entidad.
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
<ul style="list-style-type: none"> • Reducción de personal por disminución de ingresos a la entidad, a causa de la crisis económica que afronta la región. • Promulgación legislativa que limite el campo de acción actual de las cámaras de comercio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Generar espacios de formación para incentivar la interdisciplinariedad de los funcionarios de la Cámara de Comercio de Valledupar. • Implementar la oferta de nuevos servicios para la comunidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer un encuentro de integración mensual con todos los funcionarios de la Cámara de Comercio de Valledupar. • Vincular personal que genere nuevas alternativas de servicios a la entidad.

Fuente. Pasante del proyecto

cumplen por delegación legal algunas funciones públicas como es el caso de los registros públicos: mercantil, proponentes y entidades sin ánimo de lucro, carácter privado que no pierden por el hecho de que hayan recibido el encargo de cumplirlas. Estas funciones son expresamente señaladas en la Ley y han de cumplirse en la forma taxativa señalada en los ordenamientos que las consagran y las regulan, en consecuencia, sus funciones regladas y solo actúan conforme a dichas reglas. Sin embargo, desarrollan también funciones privadas, cuyo cumplimiento y ejecución no está sometida a pautas o reglas determinadas en el mismo ordenamiento legal que

.co)

La Cámara de Comercio de Valledupar, goza de una excelente imagen y credibilidad en toda la región, que ha permitido posicionarse como una empresa sólida y estable, exhibiendo un mejoramiento continuo, sostenido en un equipo humano idóneo, en cada una de sus funciones, en el cual la responsabilidad y respeto, constituyen los pilares fundamentales que soportan la misión de la entidad.

Existen múltiples fortalezas que hacen de esta Cámara de Comercio, la más importante del departamento del Cesar, contando con unas instalaciones locativas que reúnen todas las condiciones necesarias para prestar un servicio eficiente, que llene las expectativas de sus usuarios y a la vez brinde las comodidades pertinentes a los funcionarios que laboran.

De la misma manera es claro intuir, unas oportunidades manifiestas de robustecimiento y mejoramiento de la empresa, entendiendo un escenario futuro de superación del conflicto armado interno en Colombia, que redunde en el crecimiento económico de la región y a su vez que incremente ostensiblemente el turismo en coyuntura con la declaración como patrimonio inmaterial de la humanidad del género musical del Vallenato, proclamado por la Unesco.

Sin embargo es preciso resaltar la presencia de probables amenazas que puede afrontar la entidad, no solo como aparato administrativo, sino como fuente de empleo directo, al vislumbrar crisis económicas que acrecienten la problemática mercantil y con esto obligar a reducir el personal contratado; de igual forma es de suscitar un hecho no menos importante que termina por generar un escenario de incertidumbre jurídica, donde se limite drásticamente la operatividad de las Cámaras de Comercio en el país.

Es así como se interpreta una institución consolidada y capaz de resolver eficazmente las labores asignadas, que reúne valores y características que han permitido, elevar en gran manera la percepción de la comunidad frente a esta entidad, reconociendo la ausencia aun de estrategias de comunicación eficientes que contribuyan a resolver los problemas neurálgicos en el clima organizacional.

1.2.1 Planteamiento del problema. Toda organización empresarial debe brindar principal preponderancia a su clima organizacional, pues éste es directamente proporcional a la calidad de los servicios prestados y por ende al éxito o fracaso de la misma.

El clima organizacional de una empresa debe ser el mejor, garantizando una plena satisfacción de sus empleados de acuerdo a sus labores, en coherencia con la misión de ésta, que logre extraer lo mejor de cada uno y aportarlo al mejoramiento de la organización.

La Cámara de Comercio de Valledupar es una entidad con una altísima credibilidad en la sociedad valduparense, goza de un reconocimiento especial por parte de toda la institucionalidad del departamento de Cesar, esto generado por sus años de servicio a la comunidad y por su importante aporte en el desarrollo económico de esta región del país.

Por otro lado, adentrándonos al interior de la organización, se evidencia un cualificado equipo humano, con perfiles idóneos para cada una de sus funciones, garantizando así una excelencia en los servicios prestados con un profundo sentido humano.

Sin embargo, la institución no cuenta con estrategias claras comunicativas, que permitan un clima organizacional más afable que redunde en los procesos cotidianos de la Cámara de Comercio desde sus trates internos hasta la atención directa con el público.

Para realizar un estudio serio y pertinente en relación al clima organizacional de la Cámara de Comercio de Valledupar, se debe estudiar desde un enfoque holístico que recoja cada uno de los elementos que hacen parte de este ámbito, desde las instalaciones físicas y operativas de la entidad, hasta las relaciones interpersonales de sus funcionarios, estudiando los canales de comunicación existentes y la forma actual como resuelven los conflictos suscitados por el diario vivir dentro de la institución.

1.3 Objetivos

1.3.1 General. Diseñar un plan estratégico de comunicación para fortalecer el clima organizacional de la cámara de comercio de Valledupar.

1.3.2 Específicos. Realizar un diagnóstico del clima organizacional en la cámara de comercio de Valledupar, que permita reconocer las características principales de los comportamientos de los funcionarios y del ambiente de trabajo en el que se desenvuelven.

Diseñar estrategias de comunicación que permitan potencializar el clima organizacional.
Socializar la propuesta del plan de comunicación ante la junta directiva de la cámara de comercio de Valledupar.

1.4 Descripción de las actividades a desarrollar en la misma.

Tabla 2.

Descripción de las actividades

<p>Objetivo general Diseñar un plan estratégico de comunicación para fortalecer el clima organizacional de la cámara de comercio de Valledupar.</p>	
<p>Objetivos específicos</p>	<p>Actividades a desarrollar</p>
<p>Realizar un diagnóstico del clima organizacional en la cámara de comercio de Valledupar, que permita reconocer las características principales de los comportamientos de los funcionarios y del ambiente de trabajo en el que se desenvuelven.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar una encuesta a los funcionarios de la Cámara de Comercio de Valledupar en donde se pueda identificar la percepción de cada uno de ellos respecto al clima organizacional de la institución. • Realizar charlas motivacionales a los funcionarios de la Cámara de Comercio de Valledupar con el fin de mejorar su desempeño laboral.
<p>Diseñar estrategias de comunicación que permitan potencializar el clima organizacional.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Analizar el ambiente social que abarque aspectos como el compañerismo, los conflictos entre personas o entre departamentos, la comunicación y otros. • Identificar las características personales, como las aptitudes, las actitudes, las motivaciones y las expectativas de los funcionarios.
<p>Socializar la propuesta del plan de comunicación ante la junta directiva de la cámara de comercio de Valledupar.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Generar escenarios de dialogo con los empleados de la Cámara de Comercio de Valledupar, en los cuales puedan exponer su percepción de la institución. • Llevar a cabo un reconocimiento de las instalaciones locativas y equipos de oficina de la entidad.

Fuente. Pasante del proyecto

Capítulo 2. Enfoques referenciales

2.1 Enfoque Conceptual

Clima organizacional: (www.eumed.net) El clima organizacional, llamado también clima laboral, ambiente laboral o ambiente organizacional, es un asunto de importancia para aquellas organizaciones competitivas que buscan lograr una mayor productividad y mejora en el servicio ofrecido, por medio de estrategias internas. El realizar un estudio de clima organizacional permite detectar aspectos clave que puedan estar impactando de manera importante el ambiente laboral de la organización.

Con respecto a este tema existe un debate en torno a si éste debe tratarse en términos objetivos o bien en reacciones subjetivas. Por términos objetivos nos referimos a los aspectos físicos o estructurales, mientras que las reacciones subjetivas tienen que ver con la percepción que los trabajadores tienen del ambiente en el que se desarrollan.

Brunet, (1987) afirma que el concepto de clima organizacional fue introducido por primera vez al área de psicología organizacional por Gellerman en 1960. Este concepto estaba influido por dos grandes escuelas de pensamiento: la escuela de Gestalt y la escuela funcionalista.

Según la escuela de Gestalt los individuos comprenden el mundo que les rodea basados en criterios percibidos e inferidos, de tal manera que se comportan en función de la forma en que perciben su mundo. Es así que el comportamiento de un empleado está influenciado por la

percepción que él mismo tiene sobre el medio de trabajo y del entorno. Por otro lado, la escuela funcionalista formula que el pensamiento y comportamiento de un individuo dependen del que le rodea y que las diferencias individuales juegan un papel importante en la adaptación del individuo a su medio.

Para Chiavenato, (1992) el clima organizacional constituye el medio interno de una organización, la atmosfera psicológica característica que existe en cada organización. Así mismo, menciona que el concepto de clima organizacional involucra diferentes aspectos de la situación, que se sobreponen mutuamente en diversos grados, como el tipo de organización, la tecnología, las políticas, las metas operacionales, los reglamentos internos (factores estructurales); además de las actitudes, sistemas de valores y formas de comportamiento social que son impulsadas o castigadas (factores sociales).

Anzola, (2003) opina que el clima se refiere a las percepciones e interpretaciones relativamente permanentes que los individuos tienen con respecto a su organización, que a su vez influyen en la conducta de los trabajadores, diferenciando una organización de otra.

Para Seisdedos, (1996) se denomina clima organizacional al conjunto de percepciones globales que el individuo tiene de la organización, reflejo de la interacción entre ambos. Dice que lo importante es cómo percibe el sujeto su entorno, independientemente de cómo lo perciben otros, por lo tanto es más una dimensión del individuo que de la organización.

Schein, (citado por Davis, 1991) menciona que el ambiente organizacional, a veces llamada atmósfera o cultura organizacional, es el conjunto de suposiciones, creencias, valores y normas que comparten sus miembros. Rodríguez, (1999) expresa que el clima organizacional se refiere a las percepciones compartidas por los miembros de una organización respecto al trabajo, el ambiente físico en que éste se da, las relaciones interpersonales que tienen lugar en torno a él y las diversas regulaciones formales que afectan dicho trabajo.

Dessler, (1979) plantea que no hay un consenso en cuanto al significado del término de clima organizacional, las definiciones giran alrededor de factores organizacionales puramente objetivos como estructura, políticas y reglas, hasta atributos percibidos tan subjetivos como la cordialidad y el apoyo.

Por último, Méndez Álvarez, (2006) se refiere al clima organizacional como el ambiente propio de la organización, producido y percibido por el individuo de acuerdo a las condiciones que encuentra en su proceso de interacción social y en la estructura organizacional que se expresa por variables (objetivos, motivación, liderazgo, control, toma de decisiones, relaciones interpersonales y cooperación) que orientan su creencia, percepción, grado de participación y actitud; determinando su comportamiento, satisfacción y nivel de eficiencia en el trabajo.

En síntesis y de acuerdo a las definiciones mencionadas, podemos definir al clima organizacional como las percepciones compartidas que tienen los miembros de una organización acerca de los procesos organizacionales, tales como las políticas, el estilo de liderazgo, las relaciones interpersonales, la remuneración, etc. Es importante recordar que la percepción de

cada trabajador es distinta y ésta determina su comportamiento en la organización por lo que el clima organizacional varía de una organización a otra.

Motivación Personal. Si estudiamos el concepto de motivación personal observaremos que está muy relacionado con el desarrollo de la emoción necesaria para desempeñar cualquier acción con el interés adecuado.

La motivación personal trata pues de generar el estado emocional y mental necesario para poder desarrollar cualquier acción que necesitemos de forma adecuada. Así, observamos que motivación personal y emoción son términos que están estrechamente vinculados.

La motivación personal está muy relacionada con otros términos. Así, es muy habitual encontrar asociaciones como motivación y emoción, motivación y liderazgo, o motivación y autoestima.

Cuando enfocamos nuestra motivación al logro, encontraremos grandes resultados y rendimiento en cualquier área.

Tipos de motivación personal

Motivación externa: aquella que captamos de nuestro entorno (libros, películas,

Motivación interna: la que somos capaces de desarrollar nosotros mismos.

Motivación Laboral. La motivación laboral es la capacidad de mover a la acción a una persona en su entorno laboral para que genere mayores resultados a través de poner en juego su máximo potencial.

Por tanto, la clave más importante para generar motivación laboral es comprender cuáles son los elementos más efectivos para mover a una persona a la acción dentro de ese entorno empresarial.

2.2 Enfoque Legal

Ley 1727 de 2014- decreto 2042 de 2014: (www.sic.gov.co) Por la cual se reforma el código de comercio, se fijan normas para el fortalecimiento de la gobernabilidad y el funcionamiento de las cámaras de comercio y se dictan otras disposiciones.

La cámara de comercio de Valledupar creada mediante decreto 1308 de julio 4 de 1967, se rige por las normas establecidas por el decreto 410 de marzo 27 de 1971, por los decretos reglamentarios 726-00, 898-02, 333-12 y demás disposiciones que los modifique, adiciones o sustituya.

La cámara de comercio de Valledupar creada mediante decreto 1308 de julio 4 de 1967, se rige por las normas establecidas por el decreto 410 de marzo 27 de 1971, por los decretos reglamentarios 726-00, 898-02, 333-12 y demás disposiciones que los modifique, adiciones o sustituya.

En Colombia, la normatividad relacionada con las cámaras de comercio tuvo su inicio en la ley 111 de 1.890, seguida de la Ley 28 de 1.931 que reguló por primera vez todos los aspectos concernientes a la organización jurídico-administrativa de estas entidades y les delegó la importante función de llevar el Registro Mercantil, refrendada en el Decreto 410 de 1.971, actual Código de Comercio, a partir del 2 de enero de 1.972.

Ley 111 de 1890. En Colombia se expidió por primera vez esta ley, en la que se reconoció y organizó la existencia legal de las cámaras de comercio, es decir, se evidencia que el origen de la creación estatal de estas agremiaciones, que según la tradición histórica eran fundadas exclusivamente por la iniciativa de los comerciantes, como también lo fue la formación del derecho mercantil, corporativo y de clase. Así pues, acorde con la Ley 111 de 1890 las cámaras de comercio al ser autorizadas por el gobierno, respecto a su creación adoptaron el carácter de órganos oficiales del comercio y con ello, se perfila la confusión jurídica en su naturaleza, pues, en principio se les concibió como entidades públicas u oficiales, y por otra parte, se les definía como entes gremiales, privados, autónomos, e independientes de los estamentos oficiales.

Costumbre Mercantil: Las normas pueden crearse por diferentes mecanismos, algunos de ellos correspondientes a una creación deliberada del derecho -como sucede con la legislación- y otros correspondientes a una creación espontánea, que es precisamente lo que sucede con la costumbre, definida como un conjunto de usos o prácticas que realizan los comerciantes y que cumplen con los requisitos exigidos por el Código de Comercio para adquirir tal denominación.

Las Cámaras de Comercio, de acuerdo con el artículo 86 del Estatuto Mercantil, tienen la función de recopilar las costumbres mercantiles de los lugares correspondientes a su jurisdicción y certificar únicamente sobre la existencia de las recopiladas.

Elementos de la costumbre mercantil. De acuerdo con las normas citadas, cabe señalar como elementos de la costumbre mercantil:

Un elemento de tipo externo. Este elemento consiste en la existencia de una práctica o conducta mercantil general, pública, reiterada y uniforme, en una época y dentro de una zona territorial determinada. La generalidad se refiere al hecho que la práctica o conducta debe encontrarse lo suficientemente extendida dentro del grupo social concreto en el cual encuentra arraigo. Por su parte, la publicidad se refiere a la necesidad de que la práctica o conducta respectiva se realice sin el más mínimo asomo o pretensión de clandestinidad, de tal manera que no sea objeto de ocultamiento alguno. La reiteración es un elemento temporal, referente a la extensión de la práctica en el tiempo. La uniformidad, por su parte, se refiere a que la práctica es la misma en todos los casos, de tal suerte que presenta siempre un contenido idéntico y un mismo sentido. Finalmente, debe tenerse presente que toda práctica social se desarrolla en un ámbito temporal y geográfico determinado, sobre los cuales habrá de indagarse -a efectos de su determinación- en la respectiva tarea de recopilación: ámbito territorial y tiempo desde el cual se desarrolla la práctica constitutiva de la costumbre. El ámbito territorial debe corresponder a la jurisdicción de la Cámara de Comercio que desarrolla el proceso de recopilación.

Un elemento de tipo interno. Este elemento, designado comúnmente con la expresión latina *opinio juris*, es la conciencia existente en el grupo social respectivo sobre la obligatoriedad jurídica de la práctica constitutiva de la costumbre, en caso de silencio de las partes. El elemento interno es el que diferencia las costumbres de los hábitos, que son una práctica reiterada pero sin conciencia de obligatoriedad.

Capítulo 3. Informe cumplimiento de trabajo

2.1 Informe ejecutivo de la encuesta

Se planteó una encuesta de 5 preguntas, aplicada a 29 funcionarios de la cámara de comercio de Valledupar, donde se encontró que era necesario tener en cuenta las categorías relaciones interpersonales, cooperación, confianza, toma de decisiones y espacios, para evaluar la percepción que tienen estos, respecto al clima organizacional dentro de la cámara de comercio.

3.1.1 Resultados de la encuesta

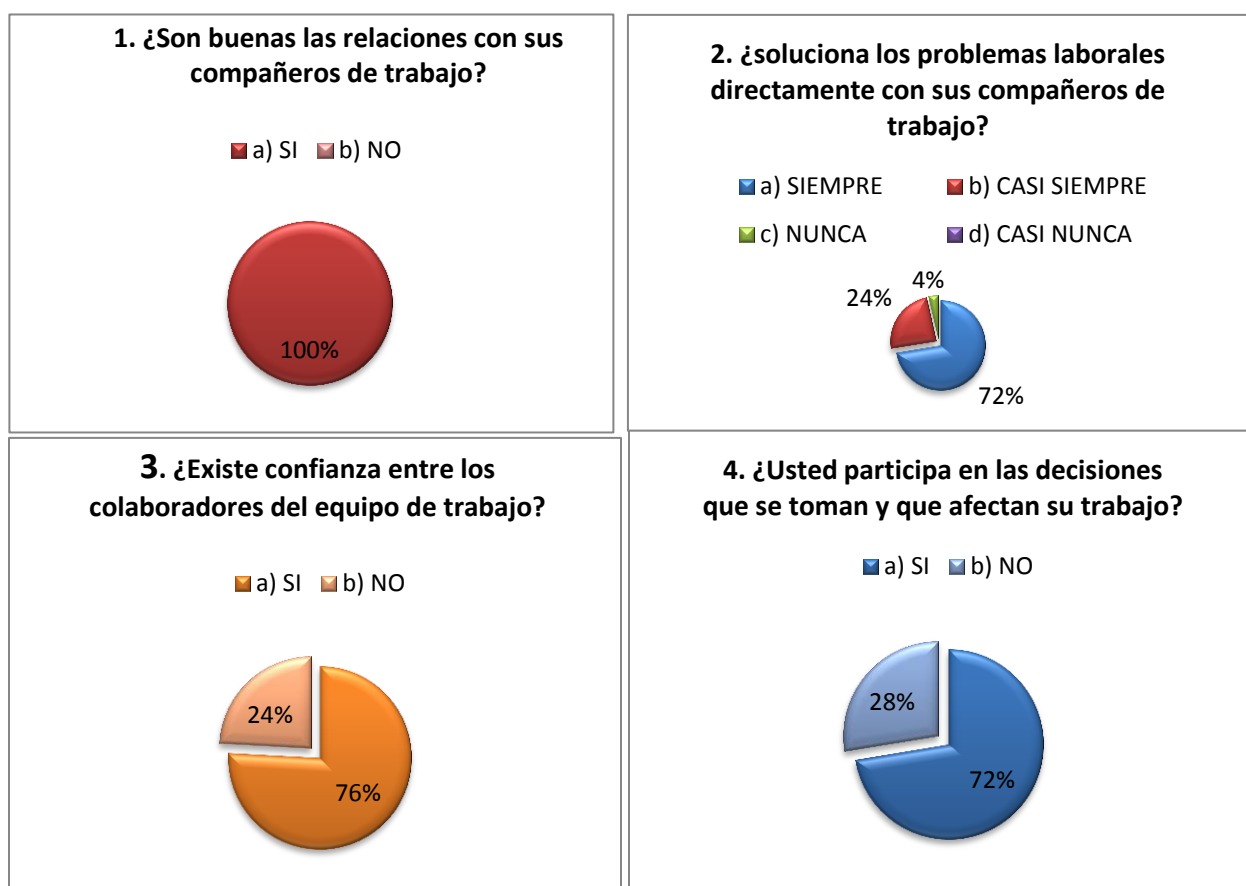


Figura 2. Resultados encuestas

Fuente. Pasante del proyecto

Análisis de resultados. La totalidad de los encuestados consideran que las relaciones entabladas con sus demás compañeros de trabajo son buenas, al considerar que su labor se desenvuelve en un escenario permanente de afabilidad y confianza, lo que permite generar óptimas condiciones en el trato que se dan entre sí, al ser cuestionados respecto a que, si al momento de tener algún altercado con un compañero de trabajo lo busca resolver directamente con la persona implicada, la mayor parte de los encuestados aseveran que siempre lo hacen de esta manera, un 24% respondió que casi siempre pretenden solucionarlo de esta forma y una pequeña parte expresa que nunca soluciona un conflicto de este modo.

Aunque la mayoría de los empleados de la Cámara de Comercio de Valledupar, expresa tener confianza en sus compañeros de trabajo, no hay que descuidar que cerca de la cuarta parte de los encuestados no confían en sus colegas propiamente, el 72% de los funcionarios de la entidad encuestados, manifiestan ser tenidos en cuenta a la hora de tomar una decisión determinada que pueda afectar su labor desempeñada.

Sin embargo, el resto de los encuestados consideran ser excluidos al momento de decidir sobre alguna situación que genera afectación a su trabajo, claramente la gran mayoría de los funcionarios de la cámara de comercio de Valledupar, opinan que la entidad realiza actividades extra laborales que permiten generar espacios de integración y diversión, pese a esto, es curioso que un porcentaje no irrelevante considere, por el contrario que estas acciones no se desarrollan allí.

3.1.2 Diagnostico final de la encuesta. Respecto a la categoría que corresponde a las relaciones interpersonales, entre los empleados se puede concluir en términos generales que son buenas las relaciones entre compañeros y existe cooperación entre ellos; sin embargo, una pequeña parte no soluciona sus problemas directamente con su compañero de trabajo. Por ello, este será uno de los aspectos a tener en cuenta para analizar y corregir en aras de optimizar el clima organizacional.

En la categoría cooperación y confianza se puede concluir que, en su gran mayoría, los empleados perciben un ambiente de estabilidad, lo que puede hacerlos sentirse seguros y a gusto con la empresa y su equipo de trabajo, por otra parte, la rotación con alguna frecuencia genera inestabilidad y desconfianza entre los funcionarios, lo que amerita la toma de medidas para disminuir el porcentaje de insatisfacción manifestada por los encuestados.

Teniendo en cuenta el análisis de las figuras de la categoría correspondiente a la toma de decisiones, se puede concluir que el 28% de los empleados manifiestan no tener participación, en lo cual se nota una falta de involucración y deficiencia en cuanto a reuniones participativas, este grupo de encuestado se debe incluir en temas que generen afectación de su trabajo.

También se evidencia el interés de la cámara de comercio, por proporcionar a sus empleados espacios de esparcimiento y recreación. Por último, el clima organizacional en la cámara de comercio es un tema clave para el progreso de éstas ya que las variables que en este tema se abordan impactan directamente en la motivación del trabajador como en la participación,

sentido de pertenecía, comunicación, seguridad y confianza, por consiguiente, en el resultado de los objetivos organizacionales.

Actividad 2: Teniendo en cuenta la actividad uno, con el fin de lograr el cumplimiento del primer objetivo, se desarrolló una serie de charlas motivacionales, que buscaban mejorar aspectos esenciales para un buen clima organizacional de la empresa.

Para esto se organizaron tres encuentros en los que participaron la mayoría de los funcionarios de la Cámara de Comercio de Valledupar, arrojando resultados muy positivos para el fortalecimiento de la entidad.

En la primera actividad, se lograba observar un ambiente árido, generando fricciones continuamente en su cotidianidad laboral. En esta charla se generaron dinámicas que buscaban relacionar a todos los empleados, además de resaltar su importancia para el engranaje de la organización, en donde el empleado entendiera que sin su aporte tal vez la empresa no existiera.

Para la segunda sesión, la tensión era menor a la primera, algunos de los funcionarios, además participaron activamente en cada una de las dinámicas que se propusieron.

La última actividad se centró en el valor e importancia que tiene cada uno de los que hacen parte de la Cámara de Comercio de Valledupar para el éxito de la misma, en donde se hizo hincapié en que cada uno de ellos debe dar lo mejor de sí, con la mejor actitud, teniendo en cuenta que el bienestar de la empresa es directamente proporcional al bienestar propio.

Actividad 3: Por su dinámica propia, la Cámara de Comercio de Valledupar, permite que los funcionarios que prestan servicios a la entidad, interactúen permanentemente durante el desempeño de sus labores, generando con esto múltiples situaciones que hacen afianzar lasos de confianza, pero al mismo tiempo cataliza confrontaciones entre sí.

La empresa está dividida por dependencias, en algunas de estas es de fácil percepción un ambiente de amistad y buen compañerismo, donde las relaciones incluso van más allá de lo estrictamente laboral y toma planos personales, permitiendo que exista un entorno apacible y agradable, lo cual incluso se ve reflejado en los resultados otorgados por cada uno; sin embargo en otras áreas de la entidad, se exhibe todo lo contrario, el trato entre el personal es supremamente escaso y limitado a lo ajustado a sus funciones, no existen conversaciones de ningún modo más allá de las obligadas a causa de las tareas encomendadas.

Uno de los interese más profundos de parte de las directivas de la Cámara de Comercio, es precisamente incentivar un buen compañerismo, en búsqueda de optimizar el desempeño y mejorar el rendimiento en las funciones asignadas, donde incluso se refleje al momento de brindar a atención a los usuarios; y aunque se ha logrado este cometido en gran parte, es evidente que aún faltan dependencias que interpreten dicha intención.

Si bien los conflictos interpersonales no son muy comunes, suceden hechos aislados que alteran la convivencia, muchos de ellos, suscitados por la ausencia de canales efectivos de comunicación, que eviten la tergiversación de mensajes enviados y busquen resolver de manera pacífica y efectiva las diferencias que puedan existir entre los trabajadores.

En términos generales la entidad opera bajo un escenario apacible y cómodo para todos sus funcionarios, el servicio prestado allí corresponde en gran manera a la expectativa de los visitantes y la labor desarrollada por sus empleados es correcta e indicada, lo que ha permitido obtener una percepción de credibilidad y aceptación de parte del sector comercial de la ciudad.

Actividad 4: La Cámara de Comercio de Valledupar cuenta con un amplio y cualificado equipo de trabajo, con perfiles idóneos para cada una de sus funciones; cuenta con profesionales en diferentes áreas académicas, algunos con estudios de postgrados y otros con preparación básica únicamente.

Pese a los escasos espacios de integración extra laborales entre los funcionarios de la entidad, existe una clara disposición de realizar de la mejor manera las labores asignadas, encontrando una actitud propositiva y diligente en la mayoría de estos, lo que permite que, al momento de cumplir sus funciones, lo hagan exhibiendo una buena voluntad y obteniendo los mejores resultados.

Claramente al interpretar las motivaciones de parte de los empleados de la empresa, se encuentra primordialmente el factor económico, gran parte de ellos evidencian complacencia y gratitud por el empleo que tienen, debido a que sienten una seguridad laboral que les garantiza la satisfacción de las necesidades propias y de su hogar; sin embargo se logra intuir otro tipo de estimulaciones en algunos de los trabajadores, como lo es la superación personal y el desarrollo del perfil académico estudiado.

Existen múltiples expectativas de parte de los contratados por la Cámara de Comercio, variando estas indudablemente respecto a los cargos desempeñados, a los perfiles profesionales, al salario recibido, a su edad, entre otros elementos que hacen que cambien los sueños o metas para cada quien. Sin embargo, se percibe con claridad que son los funcionarios con altos estudios, los que mayor expectación tienen en sus labores, considerando como un espacio sumamente relevante para acumular experiencia y continuar mejorando su perfil.

Todo esto contribuye en amplia medida a que el desempeño de todos los empleados de la institución, sea el óptimo desde cada una de sus áreas, haciendo esto que el rol cumplido por la entidad en la región, reúna todas las condiciones para cumplir las exigencias hechas por los usuarios; Esto no quiere decir por supuesto que todo está perfecto, son muchas las acciones que tienen que proponer las directivas para obtener un personal plenamente comprometido con la misión de la empresa.

Actividad 5: El desarrollo del plan de trabajo realizado en la cámara de comercio de Valledupar, implicó generar espacios que permitieran robustecer los lazos de confianza entre los empleados y la institución donde laboran, así como la relación entre ellos mismos. Fue de esta manera en que se crearon tres escenarios de dialogo extra labórales, como los salones para eventos que pertenecen a la empresa, donde cada uno lograba expresar con honestidad la percepción que tenían de la entidad y de su labor desempeñada.

El primer encuentro se realizó bajo un manto de escepticismo e incredulidad, no solo de parte de los directivos de la institución, sino también de los trabajadores mismos, quienes

extrañados por la propuesta hecha y ante la inexistencia anterior de un proceso similar, no dejaban oculta su desconfianza con la actividad propuesta.

El segundo espacio, se produjo en un contexto totalmente distinto a la inicial, la predisposición contraria se suprimió y las expectativas de lo que sería el resultado de esta nueva concurrencia se incrementaron ostensiblemente, permitiendo conocer a profundidad percepciones y formas de pensar antes desconocidas que conllevaron a crear sensaciones de amistad y confianza entre los miembros de la empresa.

A partir de allí se logró institucionalizar estos encuentros que oxigenan las dinámicas laborales extenuantes cotidianas que debe afrontar cada trabajador, convirtiéndose en un escenario obligado a desarrollar una vez al mes. Esto ha hecho que el rendimiento mejore, el servicio se preste con mayor amabilidad, los usuarios se sientan satisfechos de la atención recibida y el ambiente en el trabajo sea ideal.

Actividad 6: La Cámara de Comercio de Valledupar cuenta con unas amplias instalaciones que buscan garantizar la prestación de un servicio efectivo a los usuarios que llegan a esta, convirtiéndose este elemento en la prioridad de las directivas de la entidad que entienden que, en la satisfacción de una persona en la atención recibida, radica la razón de ser de esta.

Sin embargo, debido a esta premisa colosal, la preocupación por brindar un ambiente de trabajo óptimo, en el que el empleado se sienta a gusto cumplir con las funciones asignadas ha

sido relegada a un segundo plano que ha hecho que las locaciones no cuenten con una distribución acorde con la exigencia de las labores desempeñadas.

Si bien es claro que la infraestructura existente de la institución es considerablemente buena, no cabe duda que tal como está, no ofrece condiciones cómodas a los empleados, lo que se ve reflejado en la eficiencia y eficacia de estos en el cumplimiento de sus tareas, que termina por opacar lo agradable de una institución infraestructuralmente bonita, pero que no satisface a las personas que buscan su servicio.

El propósito fundamental de una entidad como esta no es otro precisamente que el de otorgar a sus usuarios un complaciente servicio, que reúna criterios y principios oportunos, cómodos y efectivos, pero esto no quiere decir que el entorno en el que se desenvuelve un trabajador sea irrelevante, en el entendido que son estos quienes al final garantizan o no la misión propuesta.

Capítulo 4. Diagnostico final

La información obtenida permite establecer los primeros elementos relacionados en el clima organizacional y como resultado se encontraron: relaciones interpersonales, cooperación, confianza, toma de decisiones y a partir de estas categorías se comienza a dimensionar componentes que influyen en la percepción positiva o negativa de los funcionarios.

Los resultados con respecto a las relaciones interpersonales se pudo observar que las relaciones entre compañeros al interior de la cámara de comercio son buenas y prevalecen lazos de amistad, son pocos los desacuerdos entre ellos, que siempre o casi siempre cuando ocurre un hecho de esto lo resuelven directamente entre ellos, antes de acudir a su jefe inmediato. Otro pequeño grupo nunca resuelve sus problemas, generando un deterioro en el ambiente laboral, es obligación de los empleados alertar a sus jefes de los problemas que surgen dentro de los cumplimientos de las labores, se observa que es muy bajo el porcentaje que efectivamente lo realiza. Ello refleja la existencia de problemas de comunicación entre funcionarios y la alta gerencia. Por tanto, se hace necesario identificar estos problemas de comunicación para tomar las decisiones a que haya lugar.

Otro factor negativo que corresponde al tema de la confianza una de la cuarta parte de los encuestados no confían en sus colegas, algo de gran preocupación en un clima laboral, debido a que se pueden generar inseguridad, inestabilidad y falta de compromiso. Teniendo en cuenta los resultado en cuanto la toma de decisiones se rescata que el 72% de los encuestados manifiestan que siempre la empresa los tienen en cuenta a la hora de cualquier inconformidad dentro de la

empresa, como consecuencia de los problemas que pueden afectar su trabajo y el otro porcentaje pequeño que dice ser afectado en estas decisiones, se observa con claridad que la cámara de comercio resuelve cualquier inquietud individual con el funcionario correspondiente.

La cámara de comercio de Valledupar realiza actividades extra laborales la cual genera ambientes de integración y diversión, cabe destacar que esta cuenta con locales para desarrollar estos tipos de eventos socioculturales, los resultados muestran que un porcentaje irrelevante no conocer de estas actividades, se denota una falta de comunicación a los funcionarios nuevos que ingresan a las distintas dependencias. Con respecto a los factores físicos ambientales se encontraron diferencia de opiniones, debido a que una parte de los trabajadores les pareció que el espacio físico era el óptimo, mientras que otro grupo recomendó mejorarlo; la temperatura es la adecuada para la realización de los trabajos, la iluminación tiene ciertas fallas, los colores y decoración del 77 ambiente son los adecuados para el trabajo y no hay ruidos que puedan perturbar el buen desempeño de las actividades.

Luego de haber evaluado los factores positivos y negativos de la percepción que tienen los funcionarios internos de la cámara de comercio se desarrollan una serie de actividades ejecutadas de acuerdo al cronograma presentado, cumpliendo con los objetivos planteando, fortaleciendo el clima organizacional de la cámara de comercio de Valledupar. Quedando reflejado en cada oficina la seguridad y confianza entre los compañeros de trabajo y el apoyo de los administrativos, resultando así con la implementación de planes de mejoramiento correspondientes a acciones a corregir.

Capítulo 5. Conclusión

Durante el proceso en el que se identificó la problemática, se hicieron unos requerimientos para darle solución a la problemática.

Lo que se obtuvo, como prioridad mejorar el clima laboral durante el proceso que se realizó que sirvió para suplir las necesidades, ya que esto fue lo que le dio forma al mejoramiento del clima laboral.

Esta pasantía permitió conocer la importancia que tiene el clima organizacional prestado por el personal que labora en la empresa, para fortalecer el rendimiento laboral, la productividad y la calidad en la organización.

En la medida que un funcionario se sienta satisfecho en su puesto de trabajo su mejoramiento ira contribuyendo en la evolución de la empresa, potencializando el clima organizacional.

Después de reconocer las características principales de los funcionarios, se obtuvo como resultado un mejoramiento del clima laboral dentro de la empresa, para facilitar un mejor desempeño y motivación de los trabajadores.

Capítulo 6. Recomendaciones

Se le recomienda al departamento de recursos humanos de la cámara de comercio de Valledupar, realizar capacitaciones con la temática del clima organizacional para que se implemente una comunicación directa con los empleados, de esta manera podrán expresar sus inquietudes y recomendaciones y mejorar el clima organizacional.

Fortalecer las relaciones entre administrativo y empleados con miras a construir fuertes lazos que permitan lograr los objetivos organizacionales y así garantizar la sostenibilidad de la empresa en el largo plazo.

Realizar con frecuencias reuniones, donde los funcionarios expresen sus inquietudes y sugerencias que contribuyan al mejoramiento de la calidad laboral interna.

Ejecutar controles frecuentes, con el objeto de evitar que la percepción desfavorable aumente, donde al conocer la información se dará un dialogo entre directivos y empleados para obtener ideas y peticiones a las quejas presentadas.

Referencias

ARIZA ROMERO, Carlos Alberto. Tratado de las Cámaras de Comercio. Valledupar. 2014.
pag.63-64.

CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA. Bogotá. 2013. p. 237.

Ley 1727 de 2014- decreto 2042 de 2014, (Por el cual se reforma el Código de Comercio y fijó
normas para el fortalecimiento de la gobernabilidad y el funcionamiento de las cámaras de
comercio.

Hispanoamericano.

TORO, Fernando. Clima Organizacional. Medellin: Cincel. 2009

ZAMBRANO, Jenny. Diseño de metodología de medición de clima organizacional pra una
empresa del sector eléctrico. Tesis (Ingeniero Industrial).-- Universidad del Valle. Facultad
de Ingeniería.2002.126h.

Apéndices

Apéndice A. Encuesta a los trabajadores de la Cámara de Comercio Valledupar



ENCUESTA A LOS TRABAJADORES DE LA CAMARA DE COMERCIO DE VALLEDUPAR

1. ¿Son buenas las relaciones con sus compañeros de trabajo?

a) SI

b) NO

2. ¿soluciona los problemas laborales directamente con sus compañeros de trabajo?

a) SIEMPRE

b) CASI SIEMPRE

c) NUNCA

d) CASI NUNCA

3. ¿Existe confianza entre los colaboradores del equipo de trabajo?

a) SI

b) NO

4. ¿Usted participa en las decisiones que se toman y que afectan su trabajo?

a) SI

b) NO

5. ¿La empresa realiza actividades deportivas, paseos, fiestas y otras actividades de diversión?

a) SI

b) NO

Apéndice B. Registro fotográfico

Funcionarios realizando la encuesta



Evento realizado por la cámara de comercio



Charla con la psicóloga

