	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	Documento FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	Código F-AC-DBL-007	Fecha 10-04-2012	Revisión A
	Dependencia DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	Aprobado SUBDIRECTOR ACADEMICO		Pág. 1(95)

RESUMEN - TESIS DE GRADO

AUTORES	MARÍA CAMILA PINEDA VILLAMIZAR
FACULTAD	DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES
PLAN DE ESTUDIOS	COMUNICACIÓN SOCIAL
DIRECTOR	RAFAEL EDUARDO GONZÁLEZ PARDO
TÍTULO DE LA TESIS	DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA EL GRUPO DE AUDITORES DE LA UNIÓN TEMPORAL ONDAS TRANSPARENTES.

RESUMEN (70 palabras aproximadamente)

EL PROYECTO TUVO COMO FINALIDAD DISEÑAR UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA FORTALECER LOS PROCESOS COMUNICATIVOS DE LOS AUDITORES DE LA UNIÓN TEMPORAL ONDAS TRANSPARENTES, EN DONDE SE MANEJARON DISTINTOS MÉTODOS Y HERRAMIENTAS DE INVESTIGACIÓN PARA OBTENER UNA RESPUESTA INMEDIATA DE INFORMACIÓN, Y HACER LA RESPECTIVA RECOLECCIÓN DE DATOS DE ESTA ORGANIZACIÓN, A TRAVÉS DE TÉCNICAS METODOLÓGICAS COMO LA OBSERVACIÓN DEL AMBIENTE LABORAL, ENCUESTAS Y ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD EL JEFE INMEDIATO

CARACTERÍSTICAS

PÁGINAS: 95	PLANOS:	ILUSTRACIONES: 15	CD-ROM: 1
-------------	---------	-------------------	-----------



**DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA EL GRUPO DE
AUDITORES DE LA UNIÓN TEMPORAL ONDAS TRANSPARENTES.**

AUTOR

MARÍA CAMILA PINEDA VILLAMIZAR

Informe final de pasantías presentado para optar el título de Comunicador Social

DIRECTOR

RAFAEL EDUARDO GONZÁLEZ PARDO

Comunicador Social

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA

FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES

COMUNICACIÓN SOCIAL

Ocaña, Colombia

Agosto de 2017

Índice

Capítulo 1. Diseño de una estrategia de comunicación para el grupo de auditores de la unión temporal ondas transparentes.....	1
1.1 Descripción de la empresa.....	1
1.1.1 Misión.....	2
1.1.2 Visión	2
1.1.3 Objetivo de la empresa	3
1.1.4 Estructura organizacional.	3
1.1.5 Descripción de la dependencia y/o proyecto al que fue asignado	4
1.2 Diagnóstico inicial de la dependencia asignada	7
1.2.1 Planteamiento del problema.....	20
1.3 Objetivos de la pasantía.....	24
1.3.1 General	24
1.3.2 Específicos	25
1.4 Descripción de las actividades a desarrollar en la misma.	25
Capítulo 2. Enfoques referenciales	26
2.1 Enfoque conceptual.....	26
2.2 Enfoque legal.....	31
Capítulo 3. Informe de cumplimiento de trabajo	32
3.1 Presentación de resultados	32
3.1.1 Resultado del diagnóstico sobre el proceso comunicativo de la Unión Temporal Ondas Transparentes.....	32
3.1.2 Análisis de los resultados obtenidos en la encuesta	36
3.1.3 Aplicación de entrevista en profundidad al Jefe Inmediato	46
3.1.3 Triangulación de la información.	48
3.2 Plan estratégico de comunicación para el mejoramiento de la unión temporal ondas transparentes.....	49
3.2.1 Descripción de las estrategias comunicativas.	51
3.2.2 Reconocimiento corporativo.....	52
3.2.3 Dar a conocer los canales de comunicación más efectivos dentro la Unión Temporal	53
3.2.4 Formación al personal interno de la Unión Temporal.....	55
Capítulo 4. Diagnóstico final.....	59
5. Conclusiones	60
6. Recomendaciones.....	62
Referencias	63
Apéndice	65

Lista de tablas

Tabla 1. Relación de los profesionales U.T	6
Tabla 2. Descripción de las actividades a desarrollar en la misma.	25
Tabla 3. Auditores	36
Tabla 4. Triangulación.....	48

Lista de figuras

Figura 1. Organigrama	4
Figura 2. Logotipo de la Unión Temporal Ondas Transparentes	4
Figura 3. Análisis Pest Unión Temporal	33
Figura 4. Matriz Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio.	33
Figura 5. Matriz Perfil de Capacidad Interna	34
Figura 6. Matriz DOFA	35
Figura 7. Usted conoce la misión, visión y las políticas de la empresa	37
Figura 8. Conoce la existencia de un departamento o área especializada que se encargue de manejar las comunicaciones en la empresa	38
Figura 9. Recibe usted información por parte de la empresa	39
Figura 10. Qué tipo de información	40
Figura 11. Por medio de qué canales de comunicación	41
Figura 12. Con qué frecuencia recibe la información	42
Figura 13. Usted considera que es necesario implementar medios para transmitir información dentro de la empresa.....	43
Figura 14. Evalué cuál sería el canal más efectivo para enviar información de la empresa	44
Figura 15. Con qué frecuencia le gustaría recibir información	45
Figura 16. Plan estratégico interno	50
Figura 17. Implementación de estrategias	52

Lista de apéndices

Apéndice A. Encuesta aplicada a los auditores.....	66
Apéndice B. Entrevista aplicada al jefe inmediato.....	67
Apéndice C. Formato de matrices	70
Apéndice D. Estrategia de Comunicación Interna.	73
Apéndice E. Evidencias fotográficas.....	79

Resumen

El proyecto tuvo como finalidad Diseñar una estrategia de comunicación para fortalecer los procesos comunicativos de los auditores de la Unión Temporal Ondas Transparentes, en donde se manejaron distintos métodos y herramientas de investigación para obtener una respuesta inmediata de información, y hacer la respectiva recolección de datos de esta organización, a través de técnicas metodológicas como la observación del ambiente laboral, encuestas y entrevista en profundidad el Jefe Inmediato, permitieron realizar un diagnóstico de la situación actual de los procesos comunicativos que tiene la Unión Temporal.

Se llevaron a cabo ciertas actividades las cuales fueron estrategias comunicativas útiles y fundamentales para ejecutar lo planteado en el proyecto, que a su vez le posibilitarán a la Unión Temporal Ondas Transparentes a disminuir ciertas causas que impiden el adecuado funcionamiento de la circulación efectiva de la información y toda la comunicación transmitida, con el fin de implementar mecanismos que fortalezcan los procesos comunicativos que se tengan dentro y que repercuten de forma externa.

Introducción

El objetivo principal de este proyecto, es ofrecer una estrategia de comunicación interna para fortalecer el desarrollo de los procesos comunicativos, que le permitan a la Unión Temporal Ondas Transparentes, mejorar los flujos y sus canales de información al interior de la organización. Para lograrlo se realizó la aplicación de diferentes metodologías que permitieron tener la información necesaria, y así continuar con dicho procedimiento, realizar su respectivo análisis y finalmente obtener un diagnóstico asertivo que contribuya para un mejor desarrollo de sus objetivos como interventoría.

Es fundamental que en un escenario empresarial, se suministren herramientas que le ofrezcan de alguna u otra manera el crecimiento organizacional, y teniendo en cuenta las influencias y el poder que tienen las comunicaciones; para ello, es importante aprovechar ciertas ayudas comunicativas para llegar al éxito empresarial, y para esto es necesario basarse en una buena coordinación de los instrumentos comunicacionales, otorgándole a cada miembro de la compañía apropiarse de sus conocimientos y poner en marcha sus ideas para que contribuyan con el progreso de la organización por medio de estrategias comunicativas.

Capítulo 1. Diseño de una estrategia de comunicación para el grupo de auditores de la unión temporal ondas transparentes.

1.1 Descripción de la empresa

La Unión Temporal Ondas Transparentes fue creada el 02 de agosto de 2016 mediante un acuerdo de conformación suscrito entre las siguientes empresas: Fuparcis, Decolda S.A, Dinalogic S.A.S y la Corporación Universitaria Iberoamericana, cuyo objeto es realizar: “Interventoría Técnica, administrativa y financiera del fortalecimiento de la cultura ciudadana y democrática en Ciencia, Tecnología e Innovación (CT+I) a través de la Investigación como Estrategia Pedagógica (IEP) apoyada en TIC en el Departamento del Magdalena para los contratos 1929 de 2015, 1930 de 2015, 1943 de 2015 y 1931 de 2015 suscrito entre el departamento y las entidades: Funtics, Maferpi, Universidad del Magdalena y la Universidad de la Costa”.

Esta Unión Temporal fue asignada para realizar la interventoría al Programa Ciclón, programa que se ejecutará en el Departamento del Magdalena, con el fin fortalecer la cultura ciudadana y democrática, la interventoría en su efecto supervisará con constancia los procesos que están de por medio con dichos contratos a fin de que se desarrolle con transparencia y se pueda obtener un buen impacto con el programa y que todo el personal que esté vinculado en él, se sienta satisfecho por lo que es brindado.

Además un equipo de auditores se encargará de supervisar, evaluar y generar los informes de obligatorio cumplimiento dentro del contrato y además hará anotaciones y sugerencias para el mejoramiento de los procesos relacionados que serán a su vez objeto de la presente consultoría que encuentren en campo.

1.1.1 Misión. Unión Temporal Ondas Transparentes, pretende ser la mejor opción para supervisar con compromiso y responsabilidad el fortalecimiento de la cultura ciudadana y democrática en ciencia, tecnología e innovación por medio de la investigación como estrategia apoyada en las Tecnologías de la información de la comunicación, en 320 sedes educativas de 28 municipios no certificados del departamento del Magdalena.

Ofreciendo las mejores condiciones para el desarrollo educativo, y así contribuir a un mejor rendimiento intelectual del país.

1.1.2 Visión. La Unión Temporal Ondas Transparentes, está encaminada a controlar, verificar y supervisar el fortalecimiento de la cultura ciudadana y democrática en ciencia, tecnología e innovación por medio de la investigación como estrategia apoyada en las Tecnologías de la información de la comunicación, participando en el seguimiento del desarrollo pedagógico durante el tiempo pactado, para luego evidenciar un buen lineamiento de calidad, potencialización de talentos, capacidades y virtudes de todos los niños que hacen parte del proceso.

1.1.3 Objetivo de la empresa. El objetivo del servicio de la interventoría, consistirá en: supervisar, verificar y controlar la ejecución de los contratos, cuyo objeto es el “Fortalecimiento de la cultura ciudadana y democrática en ciencia, tecnología e innovación (CT+I) a través de la IEP (Investigación como estrategia pedagógica) apoyada en tecnologías de la información y comunicación (TIC) en el Departamento del Magdalena”, suscrito entre el Departamento del Magdalena y los (4) cuatro contratistas referenciados, para que ellos durante la ejecución de los contratos se ciñan a: los plazos, términos y demás condiciones pactadas, garantizando la eficiencia y oportuna inversión de los recursos establecidos contractualmente, colaborando con los contratistas en la correcta ejecución de los trabajos con orden, eficiencia, eficacia y efectividad resolviendo con prontitud los requerimientos técnicos de los contratistas, previniendo con su experiencia y análisis los posibles inconvenientes técnicos y financieros en el desarrollo del Programa Ondas en el Departamento, verificando y supervisando las actividades administrativas, legales y presupuestales, establecidos en los Pliegos de Condiciones, teniendo como referencia los principios establecidos en el Estatuto de Contratación Estatal (Ley 80 de 1193).

1.1.4 Estructura organizacional.

La unión temporal estructuró la consultoría mediante la construcción de un equipo multidisciplinario encargado de aplicar los aspectos metodológicos diseñados por ésta, quién estableció una sede en el ámbito geográfico de la entidad territorial para ejecutar los procesos de interventoría y seguimiento en cada uno de los municipios en los cuáles se llevará a cabo el proceso de consultoría e interventoría a los cuatro contratos.

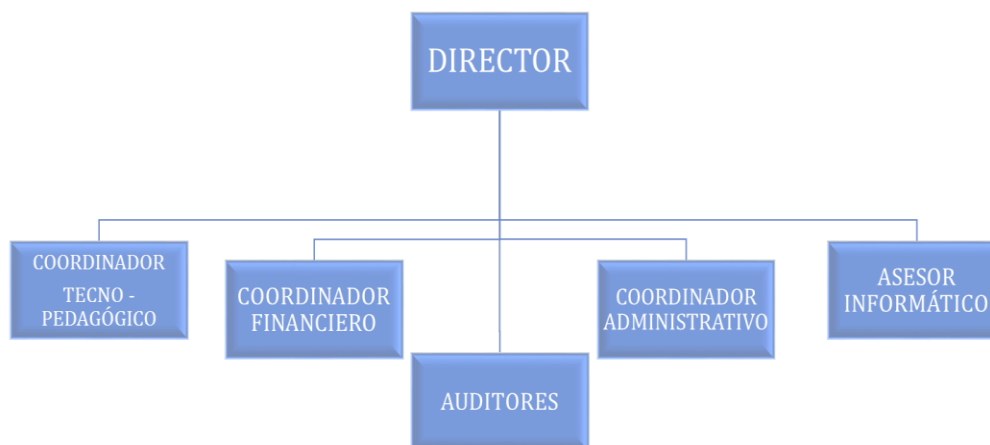


Figura 1. Organigrama
Fuente. Pasante del proyecto



Figura 2. Logotipo de la Unión Temporal Ondas Transparentes
Fuente. Pasante del proyecto

1.1.5 Descripción de la dependencia y/o proyecto al que fue asignado. Las competencias básicas en investigación en todos los estudiantes será un objetivo a largo plazo, de modo que se incluirán de manera progresiva modelos pedagógicos por indagación. El aprendizaje por proyectos será una estrategia que permitirá adquirir destrezas para observar, indagar y buscar soluciones a los problemas productivos y sociales, implementado modelos que articulen los procesos educativos básica y media con temas de Ciencia, Tecnología e innovación

(CT+I) y emprendimiento. Así mismo, se incrementará la cobertura del Programa Ondas que busca potenciar el acompañamiento y las actividades investigativas de los niños, niñas y jóvenes investigadores, destinando un porcentaje de sus recursos a la población en situación de pobreza extrema, beneficiaria del Programa Red Juntos y el otro porcentaje para la formación de formadores.

La oportunidad de estar ejecutando el proyecto aprobado por el Departamento Administrativo de Ciencia, Tecnología e Innovación (Colciencias), resulta conveniente para el Departamento del Magdalena en la medida que busca soportar las condiciones particulares que describen las necesidades socioculturales, económicas y ambientales a partir de la generación de suficiente capital humano con un alto nivel de conocimiento, capaz de generar alternativas para la promoción de un “Respeto por el Magdalena” competitivo y próspero, abordándose también la contribución efectiva al cumplimiento de las metas propuestas por el Gobierno Nacional en materia de Ciencia, Tecnología e innovación y competitividad a los fines del nuevo Sistema General de Regalías en el Fondo de Ciencia, Tecnología e innovación.

En tanta su relevancia, que el proyecto de donde surgieron los contratos a los cuáles se les realizará la interventoría, beneficiará directamente a 28 municipios no certificados del departamento, 3.386 maestros(as) y 110.880 estudiantes en 320 sedes educativas de educación básica y media.

El trabajo asignado es de auditora seguimiento en cada uno de los municipios no certificados del Departamento del Magdalena y sus diferentes instituciones de acuerdo a la cobertura de cada uno de los contratos.

Para el desarrollo del contrato de consultoría, la Unión Temporal dispondrá de un equipo multidisciplinario en las áreas específicas inherentes a la ejecución del mismo los cuales están distribuidos de la siguiente manera:

Tabla 1
Relación de los profesionales U.T

Rol	Cantidad
Director general	1
Coordinador Tecno-Pedagógico	1
Coordinador Financiero	1
Coordinador Administrativo	1
Asesor Informático	1
Auditores	6

Fuente. Pasante del proyecto

Este equipo se encargará de dirigir, supervisar, evaluar y generar los informes de obligatorio cumplimiento dentro del contrato y además hará anotaciones y sugerencias para el mejoramiento de los procesos relacionados que serán a su vez objeto de la presente consultoría.

A su vez se dispondrá de una sede principal en la ciudad de Santa Marta, desde donde se coordinará cada una de las actividades a implementar y desde el cual se generarán los informes mensuales y demás documentos de análisis y control que requiera la entidad territorial. (Pineda, 2016)

Para el desarrollo del trabajo que se realizó desde la pasantía universitaria, fui asignada para auditar el seguimiento de la Fundación María Fernández de Piñerez (MAFERPI) de manera técnica y administrativa, ya que éste se encarga de toda la operación logística del Programa Ciclón, esta operación logística consiste en:

56 espacios de reflexión, producción, apropiación de maestros que aprenden de maestros, denominados: “El maestro tiene la palabra”. Durante tres años de ejecución del proyecto, los 3200 maestros beneficiados participan en promedio en 3 espacios de apropiación (Maferpi, 2015).

56 espacios de apropiación social de la Ciencia Tecnología e innovación (CT+I) municipales en los que participan los grupos de investigación, de acuerdo a los lineamientos definidos por Colciencias. Estos espacios se soportan en la comunidad virtual (Maferpi, 2015).

Además se llevarán a cabo ferias departamentales, regionales, nacionales e internacionales, que gracias al perfil profesional y académico fui asignada para realizar este proceso de supervisión con el fin de constatar que se cumplan los objetivos planteados por la Fundación María Fernández de Piñerez (MAFERPI).

1.2 Diagnóstico inicial de la dependencia asignada

En primera instancia para lograr este diagnóstico se trabajaron varias sesiones en conjunto con el jefe inmediato, Sergio Pineda Villamizar, quien está a cargo de direccionar y coordinar

todos los procesos que se llevan a cabo dentro y fuera la Unión Temporal Ondas Transparentes, donde se pudo identificar por medio de unas primeras técnicas metodológicas (entrevista – observación) algunas de las principales fallas internas que se encontraron en sus procesos comunicativos: falta del área de comunicaciones, bajo conocimiento de la importancia de los procesos comunicativos dentro de la organización, ausencia de un líder que genere confianza al equipo de trabajo, falta de comprensión de los objetivos organizacionales y poco recurso tecnológico. Lo que se encontró en esta etapa obedeció a un análisis de tipo cualitativo.

La Unión Temporal Ondas Transparentes es de gran importancia en el departamento del Magdalena ya que ejecuta la interventoría a unos de los proyectos más relevantes y con mayor presupuesto por regalías en el departamento, por eso el interés profundo en desarrollar un buen aprendizaje en los procesos comunicativos internos y externos con los auditores, ya que el conocimiento que se adquiere se basa en la interacción de una persona con otras en la que se transmitirán distintas informaciones, ideas, pensamientos y experiencias dando paso a la práctica de sus labores.

Por ende, es fundamental todo lo relacionado al tema comunicativo ya que la organización debe generar los ductos o los canales para que la información fluya por su interior y así potenciar las habilidades comunicativas con el grupo de auditores haciéndolos más receptivos ante los mecanismos de escucha, escritura y comunicación interpersonal e intergrupala (Aguilera, 2008).

Ampliación de diagnóstico. Este proceso se realizó como una ampliación para el diagnóstico, en donde se tuvieron en cuenta las siguientes matrices que permitieron tener un análisis más

profundo en la investigación: Análisis Pest, Matriz Poam, Matriz PCI, y Análisis de Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas (DOFA), esto ayudó a tener una mejor recopilación de información, identificando todas las situaciones dentro y fuera de la Unión Temporal, a fin de darle una mejoría inmediata o refortalecer todo el desarrollo que va teniendo a lo largo de su trayectoria.

Análisis PEST. (Chapman A. , 2004) Afirma que el análisis PEST es una herramienta de gran utilidad para comprender el crecimiento o declive de un mercado, y en consecuencia, la posición, potencial y dirección de un negocio. Es una herramienta de medición de negocios. PEST está compuesto por las iniciales de factores Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos, utilizados para evaluar el mercado en el que se encuentra un negocio o unidad.

El PEST funciona como un marco para analizar una situación, y como el análisis DOFA, es de utilidad para revisar la estrategia, posición, dirección de la empresa, propuesta de marketing o idea. Completar un análisis PEST es sencillo, y conveniente para la discusión en un taller, una reunión de tormenta de ideas e incluso como ejercicio para juegos de construcción de equipos (Chapman A. , 2004).

Los factores analizados en PEST son esencialmente externos; es recomendable efectuar dicho análisis antes del análisis DOFA, el cual está basado en factores internos (Fortalezas y debilidades) y externos (oportunidades y amenazas). El PEST mide el mercado, el DOFA mide una unidad de negocio, propuesta o idea (Chapman A. , 2004).

Con lo explicado anteriormente por dicho autor, esta matriz nos ayudó construir un esquema que permitió analizar el desarrollo y crecimiento que tiene la Unión Temporal desde que inició hasta el momento.

Matriz POAM. (Gómez H. S., s.f) Refiere que el Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio (POAM) es la metodología que permite identificar y valorar las amenazas y oportunidades potenciales de una empresa. Dependiendo de su impacto e importancia un grupo estratégico puede determinar si un factor externo conduce a una amenaza o una oportunidad.

Las organizaciones pueden considerarse como entidades ecológicas, es decir, vistas como organismos que tienen relaciones recíprocas con su entorno. El medio de una organización es la fuente de sus oportunidades y amenazas. Un Gerente o equipo gerencial estratégico encuentra en el medio en que se mueve la empresa "nichos" que se ajustan particularmente bien a los productos, servicios y capacidades que ofrece. Igualmente deberá identificar aquellos elementos que pueden ser nocivos e incluso destructivos para sus organizaciones. En consecuencia, una planeación exitosa requiere una especie de timonel que dirija hacia las áreas favorables evitando las trampas. Para el efecto, el gerente estratégico, primero tiene que entender la naturaleza del medio en que se mueve la organización. Esta es una tarea continua y permanente para la alta dirección de una organización, especialmente en un entorno que está cambiando en forma constante y turbulenta (Gómez H. S., s.f).

En un medio como en el que se mueve las empresas, el factor determinante para el éxito o fracaso es la habilidad para enfrentar oportunamente en forma dinámica y acelerada, los desafíos

del cambio. Los cambios de gusto del consumidor, de las condiciones políticas, de la estructura de mercado, así como los tecnológicos, no sólo pueden tener efectos en una u otra compañía individualmente, sino que pueden generar la crisis o el repunte de toda una industria (Gómez H. S., s.f).

En el desarrollo de una estrategia, el medio se refiere a los factores que están fuera de la organización. Ello incluye las fuerzas, eventos y tendencias con los cuales la compañía interactúa. Generalmente, las fuerzas del medio se consideran "fijas" o "dadas". No obstante, éstas pueden ser influidas por la estrategia que se elija y tener un profundo impacto en el negocio y en su éxito potencial. Así, es necesario identificar las fuerzas importantes del medio, evaluarlas y hacerles seguimiento con el fin que la dirección estratégica de la compañía pueda tomar un curso de acción efectivo. El examen del medio puede subdividirse en seis áreas claves. Ellas son:

Factores económicos. Relacionados con el comportamiento de la economía, el flujo de dinero, bienes y servicios, tanto a nivel nacional como internacional.

Factores políticos. Los que se refieren al uso o asignación del poder, en relación con los gobiernos nacionales, departamentales, locales; los órganos de representación y decisión política (normas, leyes, reglamentos), sistemas de gobierno, etc.

Factores sociales. Los que afectan el modo de vivir de la gente, incluso sus valores (educación, salud, empleo, seguridad, creencias, cultura).

Factores tecnológicos. Los relacionados con el desarrollo de las máquinas, las herramientas, los procesos, los materiales, etc.

Factores geográficos. Los relativos a la ubicación, espacio, topografía, clima, plantas, animales y recursos naturales.

Competitivos. Alianzas estratégicas, formación de conglomerados, rotación del talento humano y nuevos competidores.

Perfil de capacidad interna de la compañía (PCI). (Gómez H. S., s.f) Indica que el Perfil de Capacidad Institucional (PCI) es un medio para evaluar las fortalezas y debilidades de la compañía en relación con las oportunidades y amenazas que le presenta el medio externo. Es una manera de hacer el diagnóstico estratégico de una empresa involucrando en él todos los factores que afectan su operación corporativa.

El PCI examina cinco categorías a saber:

- La Capacidad Directiva
- La Capacidad Competitiva
- La Capacidad Financiera
- La Capacidad Tecnológica
- La Capacidad del Talento Humano

El perfil de fortalezas y debilidades, se representa gráficamente mediante la calificación de la fortaleza o debilidad con relación a su grado en la escala de Alto(A), Medio (M) y Bajo (B). Cada empresa es distinta, por lo tanto, las preguntas que se formulan, están realizadas de acuerdo con las características que la organización para luego ser valorada con respecto a su impacto en la escala de Alto – Medio - Bajo (Gómez H. S., s.f).

Una vez determinado el diagrama, es posible examinar las fortalezas y debilidades relativas de la entidad en cada una de las cinco categorías generales, y determinar los "vacíos" que requieren corrección o consolidación como fortaleza o debilidad. Dada su importancia, el perfil de capacidad constituye una pieza fundamental en la definición de la posición relativa de la firma y del curso de acción más conveniente (Gómez H. S., s.f)

Matriz DOFA. (Chapman A. , 2004) La matriz DOFA (conocido por algunos como FODA) es una herramienta de gran utilidad para entender y tomar decisiones en toda clase de situaciones en negocios y empresas. DOFA es el acrónimo de Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas. Los encabezados de la matriz proveen un buen marco de referencia para revisar la estrategia, posición y dirección de una empresa, propuesta de negocios, o idea.

Completar la matriz es sencillo, y resulta apropiada para talleres y reuniones de tormenta de ideas. Puede ser utilizada para planificación de la empresa, planificación estratégica, evaluación de competidores, marketing, desarrollo de negocios o productos, y reportes de investigación. La elaboración de una matriz DOFA puede ser de utilidad en juegos de formación de equipos (Chapman A. , 2004).

El análisis DOFA puede ser utilizado en conjunto con la matriz PEST (discutida más abajo), que mide el mercado y el potencial de una empresa según factores externos, específicamente Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos. Es recomendable realizar el análisis PEST antes del DOFA. El primero mide el mercado, el segundo, una unidad de negocio, propuesta o idea (Chapman A. , 2004).

El análisis DOFA es una evaluación subjetiva de datos organizados en el formato DOFA, que los coloca en un orden lógico que ayuda a comprender, presentar, discutir y tomar decisiones. Puede ser utilizado en cualquier tipo de toma de decisiones, ya que la plantilla estimula a pensar pro-activamente, en lugar de las comunes reacciones instintivas (Chapman A. , 2004).

Estrategia Metodológica

Enfoque Cualimétrico (Mixto). (Hernández, 2003) Señala en su obra Metodología de la Investigación que los dos enfoques cuantitativo y cualitativo utilizan cinco fases similares y relacionadas entre sí:

- Llevan a cabo observación y evaluación de fenómenos.
- Establecen suposiciones o ideas como consecuencia de la observación y evaluación realizadas.
- Prueban y demuestran el grado en que las suposiciones o ideas tienen fundamento.
- Revisan tales suposiciones o ideas sobre la base de las pruebas o del análisis.

- Proponen nuevas observaciones y evaluaciones para esclarecer, modificar, cimentar y/o fundamentar las suposiciones o ideas; o incluso para generar otras.

Considerando las características de ambos enfoques, por una parte el enfoque cuantitativo al utilizar la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente y al confiar en la medición numérica, el conteo y la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población, y por otra parte, el enfoque cualitativo, al utilizarse primero en descubrir y refinar preguntas de investigación y al basarse en métodos de recolección de datos sin medición numérica, como las descripciones y las observaciones y por su flexibilidad se mueve entre los eventos y su interpretación, entre las respuestas y el desarrollo de la teoría (Hernández, 2003).

Teniendo en cuenta lo planteado por (Hernández, 2003) para este proyecto se utilizó este enfoque, en el que mezclaron elementos cualitativos y cuantitativos que me permitieron obtener información que a su vez facilitaron triangularla y validarla. Esta triangulación aparece como una alternativa y un camino para comprender e interpretar de forma una más detallada el objetivo del proyecto.

Concluyendo, con este enfoque se logró recolectar, analizar y vincular los datos cuantitativos y cualitativos para responder a un planteamiento del proyecto y obtener un mejor diagnóstico asertivo.

Técnicas metodológicas. Es de vital importancia, llevar a cabo una serie de actividades que permitan medir, evaluar, analizar y diagnosticar, no solo el problema de comunicación, sino también, encontrar las posibles soluciones aplicables a la Unión Temporal Ondas Transparentes, según sea el caso del hallazgo; para el presente proyecto, estas técnicas fueron las herramientas que nos permitieron acceder a la información que fue el insumo para el cumplimiento de los objetivos planteados.

Cuestionario. La encuesta es un procedimiento que permite explorar cuestiones que hacen a la subjetividad y al mismo tiempo obtener esa información de un número considerable de personas, así por ejemplo: Permite explorar la opinión pública y los valores vigentes de una sociedad, temas de significación científica y de importancia en las sociedades democráticas (Grasso, 2006).

Para ello, el cuestionario de la encuesta debe contener una serie de preguntas o ítems respecto a una o más variables a medir. (Gómez M. , 2006) Refiere que básicamente se consideran dos tipos de preguntas: cerradas y abiertas. Las preguntas cerradas contienen categorías fijas de respuesta que han sido delimitadas, las respuestas incluyen dos posibilidades (dicotómicas) o incluir varias alternativas. Este tipo de preguntas permite facilitar previamente la codificación (valores numéricos) de las respuestas de los sujetos. Las preguntas abiertas no delimitan de antemano las alternativas de respuesta, se utiliza cuando no se tiene información sobre las posibles respuestas. Estas preguntas no permiten precodificar las respuestas, la codificación se efectúa después que se tienen las respuestas.

Este instrumento facilitó obtener la información acerca de cómo los auditores que hacen parte de esta investigación, como se sienten acerca de problema de la ausencia de un área de comunicaciones, el por qué no se tiene el profundo conocimiento de la percepción comunicativa dentro la Unión Temporal, debido a esto se recolectó toda la información necesaria para evidenciar dónde estaba la dificultad y mejorar las condiciones en las que trabajan, la encuesta fue ejecutada a los siete auditores, el contador y al jefe inmediato.

El cuestionario se implementó de manera virtual, se manejaron 10 preguntas que buscaron indagar fundamentalmente en los siguientes aspectos:

- Es importante resaltar que el instrumento fue realizado por parte de la pasante, y fue validado en dos instancias: tutor del proyecto y jefe inmediato.
- Al final del proceso se hizo la tabulación y la información que fue el insumo para la triangulación con los resultados encontrados (Ver apéndice).

Entrevista. Las entrevistas y el entrevistar son elementos esenciales en la vida contemporánea, es comunicación primaria que contribuye a la construcción de la realidad, instrumento eficaz de gran precisión en la medida que se fundamenta en la interrelación humana. Proporciona un excelente instrumento heurístico para combinar los enfoques prácticos, analíticos e interpretativos implícitos en todo proceso de comunicar (Galindo, 1998:277).

La ventaja esencial de la entrevista reside en que son los mismos actores sociales quienes proporcionan los datos relativos a sus conductas, opiniones, deseos, actitudes y expectativas, cosa que por su misma naturaleza es casi imposible de observar desde fuera.

Nadie mejor que la misma persona involucrada para hablarnos acerca de todo aquello que piensa y siente, de lo que ha experimentado o proyecta hacer.

Además se tuvo la oportunidad de emplear una entrevista en profundidad para verificar desde otra óptica cuáles fueron las deficiencias que tenía la Unión Temporal, aclarar por qué no se pensó en implementar los procesos comunicativos desde que la empresa inició su trayectoria, y así poder hallar las causas que conlleva a que esta situación se generara, con el fin de darle más fluidez a la información y lograr un impacto interno de transparencia y apropiación de todos los componentes que la conforman, por eso esta entrevista se le realizó al director de la Unión Temporal Sergio Pineda, quién está al tanto de todos los procesos tanto externos e internos de la organización.

Observación. En opinión de (Sabino, 1992), la observación es una técnica antiquísima, cuyos primeros aportes sería imposible rastrear. A través de sus sentidos, el hombre capta la realidad que lo rodea, que luego organiza intelectualmente y agrega: La observación puede definirse, como el uso sistemático de nuestros sentidos en la búsqueda de los datos que necesitamos para resolver un problema de investigación.

La observación es directa cuando el investigador forma parte activa del grupo observado y asume sus comportamientos; recibe el nombre de observación participante. Cuando el observador no pertenece al grupo y sólo se hace presente con el propósito de obtener la información (como en este caso), la observación, recibe el nombre de no participante o simple (Sabino, 1992).

De acuerdo con lo descrito anteriormente por el autor, con esta técnica se logró identificar en primera instancia las dificultades que presenta la empresa en el aspecto comunicativo debido a que no se le ha dado la importancia respectiva a este tema y nadie se interesa por hacer relevante este asunto; por medio del grupo focal que en este caso fueron los auditores, se estudió el caso por el desempeño que tenían día a día dentro de la organización y como se desarrollaban en dicho aspecto, es ahí donde se notó la insuficiencia que hay en los procesos comunicativos por parte de los auditores, por este motivo se realizaron reuniones con frecuencia con los empleados y el director de Ondas Transparentes (donde el investigador se encontró presente como observador), con el objetivo de crear un ambiente ameno, en donde cada uno pueda dar a conocer sus opiniones, inquietudes y sugerencias, a fin de mejorar significativamente la comunicación interna en la Unión Temporal.

Población a estudiar. La población objeto o grupo focal para la presente investigación académica, son los miembros activos de la Unión Temporal Ondas Transparentes, en donde se encuentran: personal directivo, contador público y auditores.

1.2.1 Planteamiento del problema. Con el tiempo la comunicación y la estructura comunicacional han tenido un cambio trascendental lo que hace que día a día las empresas en el mundo se acoplen a lo que éstas muestren con el fin de mejorar cualquier situación corporativa dentro de la organización.

(Costa, 2012) Afirma lo siguiente: La comunicación, más que nunca, se convierte en un aliado clave para sobrevivir y posicionarse en este nuevo entorno. La empresa, que hace solo unos años, controlaba en cierto modo la elección del mensaje, los tiempos y los canales a la hora de interrelacionarse con los diferentes públicos externos e internos a los que dirigía, se da cuenta que dichas reglas de juego ya no son válidas. En el apartado de medios de comunicación, por ejemplo, el mensaje era, hasta hace unos años, unidireccional y segmentado a gusto del emisor; y se utilizan los medios escritos, radiofónicos o televisivos como vía de acceso al público generalista. La empresa marcaba los ritmos y la estrategia en la dosificación de dichos mensajes con los medios pero también con los empleados y con el resto de públicos externos con los que se relacionaba.

Hoy día ese proceso cambió, lo que hace la nueva era es darle un giro a esta perspectiva que se tenía de la comunicación, con tal de renovar o modernizar sus mecanismos empresariales. Además (Costa, 2012) añade que la comunicación surge y se transforma en las organizaciones porque hoy el mensaje es bidireccional, inmediato, transversal. Ahora, más que nunca, es necesaria una comunicación interna eficiente, alineada con los objetivos del negocio y que consiga, por encima de todo, implicar y comprometer a los empleados con los objetivos de la organización. Con tal fin de crear un canal informativo sobresaliente y así darle nuevos direccionamientos a la empresa.

Estos cambios dan paso para abrirle las puertas a las empresas y así obtengan oportunidades de mejora en el entorno externo e interno, la nueva realidad presiona a las

organizaciones a crear estrategias que ayuden al progreso por medio de nuevas herramientas digitales exigiéndose a ellos mismos un nuevo método para posicionarse en el mercado.

Poco a poco la comunicación ha tenido un ascenso dentro de las empresas lo que hace que cada vez sea más eficiente y transparente a la hora de ser transmitida, se puede asegurar que la comunicación de años atrás trabajaba bajo un esquema piramidal. (Aguilera, 2008) se refiere a un esquema piramidal como un sistema formal, oficial, vertical y con poca libertad en cuanto al manejo de contenidos, este modelo piramidal falla porque sus flujos de información son inoperantes, si bien solo contiene flujos de información verticales que van de arriba hacia abajo, no es un esquema que permita la retroalimentación de información, por eso se pasó de trabajar de un modelo piramidal propio de la era industrial a un modelo esférico basado en la información, es ahí donde el esquema esférico juega un papel importante en las empresas donde el recurso humano debe acostumbrarse al nuevo equilibrio de las relaciones donde lo que importa no es el control sino la responsabilidad y donde el directivo pasa a ser un líder facilitador.

Sabiendo que significa cada esquema es necesario evidenciar donde está fallando la empresa y para hacer más valiosa la información es necesario elaborar un diagnóstico. Scarón de Quintero afirma que "el diagnóstico es un juicio comparativo de una situación dada con otra situación dada" ya que lo que se busca es llegar a la definición de una situación actual que se quiere transformar, la que se compara, valorativamente, con otra situación que sirve de norma o pauta.

Por eso es necesario analizar dónde se está fallando internamente en la empresa y que procedimiento se deberá hacer con tal fin de que el diagnóstico adquiera los conocimientos necesarios sobre un determinado sector, área o problema, que es el ámbito de trabajo en el que se ha de actuar y su objetivo es lograr una apreciación general de la situación-problema, especialmente en lo que concierne a necesidades, demandas, expectativas y recursos disponible. (Ander-Egg)

Ahora bien teniendo identificado el diagnóstico en determinada área o departamento de la empresa es necesario implementar un plan estratégico que ayude a refortalecer el ámbito en el que se está fallando con tal de restaurar cualquier trastorno por el que esté sufriendo la organización, a fin de ir dando solución a todas las falencias que se han encontrado.

(Libaert, 2005) Agrega que todo plan estratégico implica una referencia mínima a la historia de la empresa, a su identidad, su cultura, sus valores y sus fines. Un plan señala una dirección, propone un sentido, de hecho, el sentido es el elemento principal de cualquier proceso de comunicación.

Es por eso la vitalidad de crear estrategias dentro de la organización que de alguna u otra manera ayudarán a que tengan un mejor desempeño sus trabajadores y sane rupturas que han venido surgiendo desde el momento en el que se presenta una ausencia del departamento de comunicaciones.

Estas estrategias nacen en el momento que son propuestas de soluciones dado que pretende dar camino. Es importante aclarar que lo primero que debe cumplir una estrategia es alcanzar su objetivo de forma contundente y se debe dar paso a un procedimiento ordenado, por eso la estrategia es una ficha clave dentro de este plan de comunicaciones ya que por medio de ella se logrará identificar el público, la situación y darle una pronta solución que permitan alcanzar los objetivos propuestos (Aguilera, 2008).

Para que estas estrategias sean posibles es fundamental crear a la vez indicadores de gestión que le permite a las organizaciones saber en dónde están sus problemas de comunicación y de qué tipo son, puede saber además si las soluciones a implementar deben ser aplicadas en toda la organización o si solo se requieren en una parte de ella (Aguilera, 2008).

Hay que dejar de concentrarse tanto en los medios, para enfocarse en los objetivos, una organización no desarrolla estrategias de comunicación por que sí, requiere solucionar unos problemas específicos de comunicación y eso es lo que pretende resolver sistema de indicadores de gestión de la comunicación organizacional (Aguilera, 2008).

Por tal razón se deduce que cualquier organización debe contar con un área especializada en comunicaciones dentro de ella, siendo ésta una herramienta para la transmisión de toda la información corporativa necesaria para el buen funcionamiento externo e interno de la misma. Este mecanismo permite darle a conocer a los empleados cuáles son los procesos, los objetivos, y los estándares de trabajo que se desarrollan día a día; lo que genera una cultura de apropiación, fidelidad y sentido de pertenencia hacia la empresa garantizando resultados satisfactorios.

En este sentido la Unión Temporal Ondas Transparentes, al ser una empresa nueva, presenta falencias en el ámbito comunicacional tales como: falta del área de comunicaciones, bajo conocimiento de la importancia de los procesos comunicativos dentro de la organización, ausencia de un líder que genere confianza al equipo de trabajo, falta de comprensión de los objetivos organizacionales; lo cual se hace necesario implementar estrategias comunicativas que permitan consolidar su cultura organizacional y corporativa, para que generen el máximo desarrollo, progreso y bienestar del grupo de auditores de la Unión Temporal (U.T) es por eso que no se tiene el conocimiento de lo importante que son los canales comunicativos, y como la información tiene fluidez dentro de ella.

(Aguilera, 2008) Indicaba: En cuanto más abierta y transparente sea la comunicación, mayor será la confianza que se despierta en quienes hacen parte del equipo, cuando hay confianza mutua se genera energía y entusiasmo para alcanzar los objetivos de la organización.

En este sentido: ¿Es posible que este diagnóstico encontrado requiera de estrategias que logren que los trabajadores se apropien de su lugar de trabajo y transmitan estos procesos comunicativos en cualquier ambiente laboral?

1.3 Objetivos de la pasantía

1.3.1 General. Diseño de una estrategia de comunicación interna para el grupo de auditores de la unión temporal ondas transparentes.

1.3.2 Específicos. Diagnosticar sobre el proceso comunicativo a fin de reconocer las necesidades específicas de la organización.

Elaborar un plan estratégico de comunicación que dé respuesta a los resultados del diagnóstico.

Implementar las estrategias dentro de la organización.

1.4 Descripción de las actividades a desarrollar en la misma.

Tabla 2

Descripción de las actividades a desarrollar en la misma.

Objetivo general	Objetivo específicos	Actividades a desarrollar en la empresa
Diseño de una estrategia de comunicación interna para el grupo de auditores de la unión temporal ondas transparentes.	Diagnosticar sobre el proceso comunicativo a fin de reconocer las necesidades específicas de la organización.	<ul style="list-style-type: none"> -Determinar cuál fue la principal falencia en el diagnóstico situacional de los procesos comunicativos en los auditores. -Realización del cuestionario. -Aplicación del cuestionario. -Análisis de los resultados. -Tabulación de las encuestas. -Validación de los resultados. -Entrevista. -Formulación de preguntas. -Realización de la entrevista en profundidad. -Revisión del resultado. -Triangulación de la información.
	Elaborar un plan estratégico de comunicación que dé respuesta a los resultados del diagnóstico.	<ul style="list-style-type: none"> -Desarrollar capacitaciones internas con énfasis en procesos comunicativos para los auditores de la Unión Temporal. -Establecer estrategias comunicativas.
	Implementar las estrategias dentro de la organización.	Realizar una jornada autodidactica a fin de poner en práctica todo lo aprendido en comunicación organizacional.

Fuente. Pasante del proyecto

Capítulo 2. Enfoques Referenciales

2.1 Enfoque conceptual

Comunicación Organizacional. “El acto o proceso de transmisión que generalmente se llama comunicación, consiste en la transmisión de información, ideas, emociones, habilidades, etc., mediante el empleo de signos y palabras”. Berelson y Steiner, 1964. Básicamente “comunicación” deriva de la raíz latina “communis”, que significa poner en común algo, sin embargo, del término Comunicación Organizacional podemos encontrar varias acepciones:

Carlos Fernández Collado, por ejemplo, señala que es la “Disciplina cuyo objeto de estudio es la forma en que se da el fenómeno de la comunicación dentro de las organizaciones y entre las organizaciones y su medio”. Incluso el mismo Fernández Collado da en otro aparte del documento una definición similar pero con un nuevo actor, los integrantes de la organización, el aparte dice: “la comunicación organizacional es un conjunto total de mensajes, que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y su medio”. (Aguilera, 2008)

Comunicación Interna. Westphalen y Piñuel señalan en su obra La dirección de comunicación, que la comunicación interna es el “conjunto de operaciones de comunicación destinadas al personal de una empresa u organización”.

Por su parte Fernández Collado también aporta a este concepto en su obra señalando que “comunicación interna es el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales”.

¿Cuáles son las funciones de la comunicación interna? García Jiménez en su documento sobre comunicación interna señala como funciones de la comunicación al interior de la organización, básicamente tres objetivos:

- Brindar información sobre la gestión
- Brindar información del contexto
- Permitir retroalimentación.

También Francisca Morales, en su capítulo de comunicación Interna del documento Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional, plantea tres funciones referidas éstas a Informar (dar a conocer) Explicar (comprender) e Interrogar (hacer preguntas de aclaración).

Por su parte, Jorge Aguilera, también plantea las funciones que debe cumplir la comunicación interna. Señala que la comunicación interna:

- Cohesiona, permite establecer vínculos para direccionar el trabajo de los miembros de la organización.

- Sanea el clima organizacional al manejar canales comunicativos abiertos.
- Fomenta el trabajo en equipo al eliminar las barreras entre las personas.
- Facilita la adaptación al cambio al ofrecer información que reduce la incertidumbre.
- Permite el desarrollo personal al canalizar expectativas y necesidades dentro de un ambiente participativo.
- Da cuerpo. Genera organizaciones más sólidas.
- Unifica el lenguaje de la organización al permitir que todos compartan unos mismos objetivos.
- Agiliza procesos al optimizar la gestión de información para toma decisiones. (Aguilera, 2008)

Clima Organizacional. El clima en las organizaciones comprende las relaciones que se llevan a cabo entre los distintos actores de la empresa constituyendo el ambiente en donde los empleados desarrollan sus actividades. El clima organizacional puede ser un vínculo positivo dentro de la organización o un obstáculo en su desempeño.

Relacionado con el clima organizacional, los factores internos y externos de la organización afectan el desempeño de los integrantes de la empresa. Esto es así porque las características del medio de trabajo que son percibidas por los trabajadores de forma directa o indirecta influyendo en cierto modo en su comportamiento y rendimiento en el trabajo. (Soto, s.f.)

Comunicación abierta. Se entiende por comunicación abierta la propuesta de comunicaciones en donde las personas pueden acceder a la información de la organización y expresar sus necesidades o expectativas frente a los procedimientos de la misma. La comunicación abierta permite el flujo de la información a través de todos los niveles de la organización. (Aguilera, 2008)

Este mecanismo, generalmente asociado a organizaciones con una cultura de transparencia, participación y enfocadas en la innovación, requiere de algunos ingredientes dentro de su gestión para poder llevarla a cabo. Estos son:

- Cultura comunicativa. Que las personas puedan, estén dispuestas y tengan espacios para comunicar.
- Que no exista temor por comunicar.
- Disposición de la gerencia al feed back o retroalimentación.
- Políticas de comunicación basadas en la transparencia y en la honestidad.

Pensamiento proactivo. La comunicación proactiva es la comunicación creativa por excelencia porque le permite al equipo innovar participando con su creación en el proceso. Lograr que una persona tienda a la acción es lograr que el discurso de control se cambie por el de responsabilidad, en donde cada persona aporta su compromiso con el feliz término de los procesos. (Aguilera, 2008)

Diagnóstico. El diagnóstico situacional es aquel por medio del cual se realiza la identificación, descripción, análisis y evaluación de la situación de una empresa u organización en un momento determinado. Como tal, considera los resultados obtenidos por la organización y los contrasta con los que esta se planteó inicialmente como misión. El objeto del diagnóstico situacional es detectar los aspectos que pueden o deben ser mejorados o fortalecidos, para adaptar la estrategia de la empresa y ajustar su funcionamiento. (Significados, s.f.)

Estrategias. La estrategia es una propuesta de solución que busca dinamizar la gestión de una organización. Si queremos ir más al detalle, debemos desglosar el concepto en unidades y definir sus porqués. En primer lugar, la estrategia es una propuesta de solución dado que pretende “dar camino”. En este sentido, se parte del criterio según el cual la estrategia (la propuesta de solución) difiere del plan de acción (documento donde se encuentran ordenadas las acciones de la estrategia). Con esta claridad diremos también que “busca dinamizar gestión” es decir, pretender generar dinámicas para que la organización se encamine hacia el cumplimiento de sus objetivos. Y por último, se presenta dentro de un marco de espacio y de tiempo determinado, elemento fundamental a la hora de plantear la estrategia, no se hace para una situación etérea o para siempre, sino que responde a un marco de tiempo determinado.

¿Para qué se hace una estrategia? Una forma sencilla de responder a este cuestionamiento es que una estrategia no tiene otra función que alcanzar de forma contundente y ordenada un objetivo. (Aguilera, 2008)

2.2 Enfoque legal

La Unión Temporal Ondas Transparentes fue escogida mediante un concurso de méritos el cual procede, entre otros casos y en los términos del numeral 3 del artículo 2 de la Ley 1150 de 2007, en la selección de consultores que adelanten actividades de asesoría técnica de coordinación, control y supervisión, tipificadas dentro del concepto de consultoría previsto en el Art. 32 Numeral 2º de la Ley 80/93.

Son contratos de consultoría los que celebren las entidades estatales referidos a los estudios necesarios para la ejecución de proyectos de inversión, estudios de diagnóstico, prefactibilidad o factibilidad para programas o proyectos específicos, así como a las asesorías técnicas de coordinación, control y supervisión.

Son también contratos de consultoría los que tienen por objeto la interventoría, asesoría, gerencia de obra o de proyectos, dirección, programación y la ejecución de diseños, planos, anteproyectos y proyectos. Por tal motivo las estrategias comunicativas que se ejecuten dentro la Unión Temporal deben girar en torno a dichas normativas estipuladas.

Capítulo 3. Informe de cumplimiento de trabajo

3.1 Presentación de resultados

3.1.1 Resultado del diagnóstico sobre el proceso comunicativo de la Unión Temporal Ondas Transparentes. Para dar respuesta a los objetivos fue necesario hacer un análisis sobre el proceso comunicativo a fin de reconocer las necesidades específicas de la organización, y también fue posible la utilización de matrices actuando como ejes principales para lograr diagnóstico estratégico, en el que el resultado es el siguiente:

Análisis PEST. El Análisis PEST es el que identifica los factores del entorno en el que se desenvolverá la empresa, por medio de los factores políticos, económicos, socio-culturales y tecnológicos.

Este análisis ayudó a recopilar la información subjetiva que tiene la empresa en su entorno, los parámetros y lineamientos a los que debe estar regida en todo su proceso de ejecución tanto para ella como interventoría como a sus contratistas, los elementos expuestos son los más fundamentales que debe tener en cuenta la interventoría ya que se estudiaron aproximadamente 10 características por cada componente.

ANÁLISIS PEST UNIÓN TEMPORAL ONDAS TRANSPARENTES			
POLÍTICOS	ECONÓMICOS	SOCIO-CULTURALES	TECNOLÓGICOS
a. Licencias y Permisos de Ejecución	a. Costos Directos (Laborales)	a. Apropiación del Conocimiento	a. Herramientas Biométricas
b. Garantías de Cumplimiento	b. Gastos de estadía y manutención	b. Compromiso social	b. Software de Procesamiento
c. Políticas Educativas	c. Gastos de Arrendamiento	c. Seguridad	c. Sistematización
d. Lineamientos Ondas Colciencias	d. Insumos y Papelería	d. Cumplimiento	d. redes tecnologicas
	e. Administración y Honorarios	e. Factores étnicos y demográficos	e. Servidores
	f. Gastos de Legalización, impuestos y seguros		

Nota: Detalle del Análisis Pest

Figura 3. Análisis Pest Unión Temporal

Fuente. Pasante del proyecto

Matriz POAM. La matriz POAM fue una herramienta fundamental ya que por medio de ella se pudo identificar los factores externos de la Unión Temporal, darle un análisis a cada componente en los aspectos económicos, políticos, socioculturales y tecnológicos para reconocer las oportunidades y amenazas que tiene la organización, y que tan perjudiciales o beneficiosos son estos factores externos. Para darle el grado valorativo a cada componente es necesario tener en cuenta una escala de evaluación, ya que por medio de ella podemos detectar su mínima presencia hasta tener lo máximo de este factor, esta valoración es numérica calificando de 1 a 5, siendo 1 la calificación más baja, 3 medio y 5 la apreciación más alta, generando un resultado como impacto final en cada uno de los elementos expuestos.

MATRIZ DEL PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO									
FACTORES	AMENAZAS			OPORTUNIDADES			IMPACTO		
	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
1. ECONÓMICOS									
a. Impuestos									
b. Gastos de Arrendamiento (Oficinas, Vehículos, Licencias)									
c. Bonificaciones									
d. Honorarios									
2. POLÍTICOS									
a. Políticas educativas									
b. Entes de Control									
c. Cumplimientos Contractuales									
d. Incumplimientos Contractuales									
3. SOCIOCULTURALES									
a. Falta de comprensión de los objetivos organizacionales									
b. Aprovechar el capital intelectual.									
c. Apropiación del Conocimiento									
4. TECNOLÓGICOS									
a. Poca Inversión tecnológica									
b. Establecer canales apropiados de comunicación									
c. Software de Procesamiento									

Nota: Detalle de la Matriz Poam

Figura 4. Matriz Perfil de Oportunidades y Amenazas del Medio.

Fuente. Pasante del proyecto

Matriz PCI. La matriz PCI fue otro instrumento esencial debido a que se tuvo una valoración de las fortalezas y debilidades que está presentando la Unión Temporal, mediante ella se examinaron la posición estratégica que se tiene, además se estableció qué factores necesitan de mucha atención, y es aquí donde fue oportuno constatar los verdaderos vacíos que están causando inestabilidad en los procesos internos esta organización. De la misma manera que la matriz anterior se tiene en cuenta una escala de apreciación teniendo en cuenta ciertos factores a evaluar de 1 a 5, siendo 1 la calificación más baja, 3 medio y 5 la apreciación más alta, generando un resultado como impacto final en cada uno de los elementos expuestos.

MATRIZ DEL PERFIL DE CAPACIDAD INTERNA									
FACTORES	FORTALEZAS			DEBILIDADES			IMPACTO		
	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
1. CAPACIDAD DIRECTIVA									
a. Buena Comunicación									
b. Establecimiento de estrategias acordes con situaciones actuales									
c. Toma de decisiones ante los incumplimientos de los contratistas									
2. CAPACIDAD COMPETITIVA (Pre - Contactual)									
a. Mejor calidad de los pliegos de condiciones									
b. Concurso de méritos									
3. CAPACIDAD FINANCIERA									
a. Análisis financieros de los contratos									
b. Cumplimiento del objeto contractual (Financiero)									
c. Verificar rendimientos financieros									
4. CAPACIDAD TECNOLÓGICA									
a. No se dispone de la tecnología suficiente de información									
b. Capacidad de innovación									
c. Aplicación de tecnologías informáticas									
5. CAPACIDAD DE TALENTO HUMANO									
a. Comunicación entre los miembros de la empresa.									
b. Personal ejerce su profesión.									
c. Trabajo en equipo.									
d. Clima laboral									
e. Reciben llamados de atención									

Nota: Detalle de la Matriz Pci

Figura 5. Matriz Perfil de Capacidad Interna

Fuente. Pasante del proyecto

Matriz DOFA. Esta matriz es la recopilación y fusión de todas las matrices por las que fue filtrada la Unión Temporal, aquí se obtuvo el resultado final y se reafirma el diagnóstico de cada una de ellas, para así postular cada factor nocivo o favorable que presentó esta organización, ya sea un factor interno o externo en el aspecto económico, político, sociocultural o tecnológico, además originó evidenciar cuáles son las estrategias necesarias para subsanar los hallazgos encontrados por medio del cruce de información.

MATRIZ DOFA		
ANÁLISIS INTERNO	FORTALEZAS	DEBILIDADES
ANÁLISIS EXTERNO	1. Toma de decisiones ante los incumplimientos de los contratistas.	1. Establecimiento de estrategias acordes con situaciones.
	2. Análisis financieros de los contratos.	2. No se dispone de la tecnología suficiente de información.
	3. Capacidad de innovación	3. Aplicación de tecnologías informáticas.
	4. Trabajo en equipo	4. Personal no ejerce su profesión.
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
1. Bonificaciones y Honorarios.	F1 - O2: Seguir mejorando la calidad del cumplimiento contractual, puesto que se requieren de tomar las decisiones para que los contratistas cumplan con todo lo planteado en los contratos y se demuestre transparencia en los procesos.	D1 - O2: Debido al reconocimiento de los temas tratados en este tipo de interventoría es importante apostarle a temas estratégicos para tener la oportunidad de mostrar las destrezas ante el cumplimiento contractual.
2. Cumplimiento contractuales.	F3 - O3: Generar espacios de innovación donde los miembros de la organización obtengan nuevos espacios de apropiación y sientan la necesidad de enriquecer sus saberes.	D2 - O4: Promocionar un mejor servicio informativo, para tener un sobresaliente funcionamiento en el desarrollo tecnológico y a su vez tener información asertiva en cada auditor.
3. Apropiación del conocimiento		
4. Establecer canales de información.		
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
1. Impuestos.	F2 - A2: Tener una revisión constante de los análisis financieros de los contratos puesto que es lo más relevante ante la visita de un ente de control.	D2 - A 4: Renovar los escenarios tecnológicos para mejorar los canales de información.
2. Entes de control.	F4 - A3: Generar espacios donde los miembros de la organización puedan aprender y conocer más, sobre las dinámicas de trabajo.	D4 - A3: Es importante resaltar que cada empleado se sienta satisfecho en su trabajo y lo valioso que es su conocimiento, por eso es indispensable enriquecer sus capacidades.
3. Capital intelectual.		
4. Inversión tecnológica.		

Nota: Detalle de la Matriz DOFA
 Figura 6. Matriz DOFA
 Fuente. Pasante del proyecto

3.1.2 Análisis de los resultados obtenidos en la encuesta. De acuerdo con los resultados obtenidos de las encuestas realizadas al grupo de auditores de la Unión Temporal Ondas Transparentes se puede hacer un análisis de dichos resultados. Además es importante señalar que para medir el resultado total se tendrán en cuenta tres factores importantes: Qué tanto conocen de la información que se transmite en la empresa, qué importancia le dan y cómo les gustaría que se manejara la información, por medio de esto se logrará determinar los conocimientos respectivos que tienen los auditores dentro su organización.

Como primera pregunta es necesario saber hace cuánto trabajan con la empresa, seis de ellos comenzaron el proceso con la Unión Temporal en el mes de agosto de 2016, el trabajador más reciente es el contador que también hace parte de este grupo, quien inició hace dos meses.

En la representación gráfica se dará a conocer los nombres de los auditores, el tiempo que llevan laborando en la empresa y el cargo que tienen.

Tabla 3
Auditores

o.	Nombre	Tiempo	Cargo	Profesión
	Danna Salinas	8 meses	Auditor	Ing. Ambiental
	Andrea de Lavallo	9 meses	Auditor	Profesional en negocios internacionales
	Javier de la Cruz	8 meses	Auditor	Abogado
	Marcela Tesillo	8 meses	Auditor	Docente
	Sergio Torres	8 meses	Auditor	Economista
	Camila Pineda	9 meses	Auditor	Pasante de Comunicación social
	Cristian Coronado	2 meses	Contador	Contador

Fuente. Pasante del proyecto

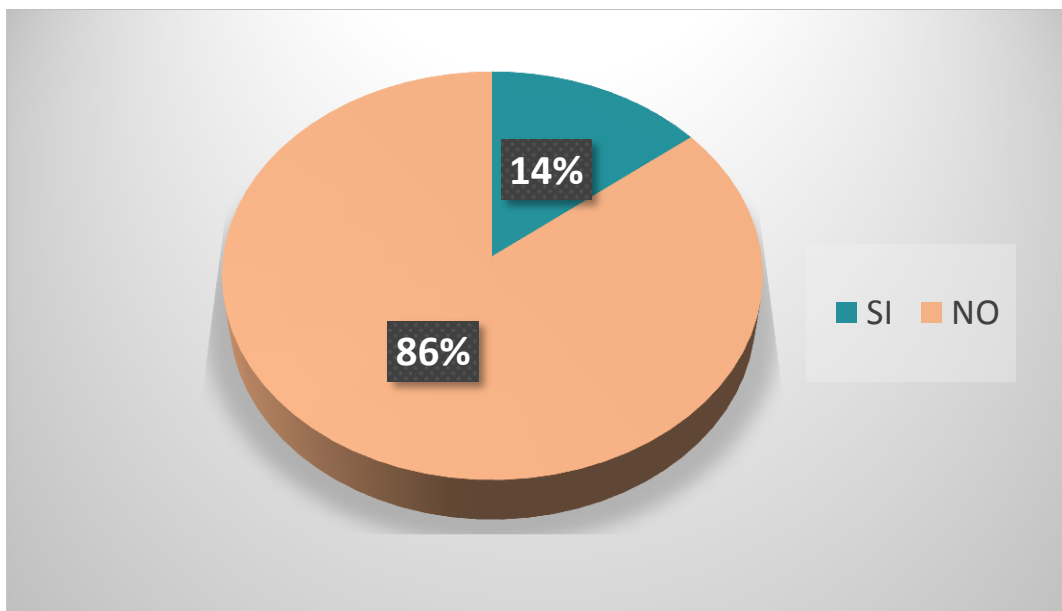


Figura 7. Usted conoce la misión, visión y las políticas de la empresa
Fuente. Pasante del proyecto

Encuesta. Pregunta 2

Análisis de los resultados obtenidos: El 86% de los auditores encuestados desconocen plenamente la misión, la visión y las políticas de la Unión Temporal Ondas Transparentes, esta circunstancia es ocasionada debido a que el procedimiento de inducción no está siendo aplicado de la manera adecuada cuando cada trabajador inicia una nueva etapa con la organización, no teniendo en cuenta que estos temas son netamente fundamentales para cada empleado, además la empresa debe incentivar a sus trabajadores para que indaguen, conozcan y se identifiquen con los objetivos corporativos respectivos de la empresa.

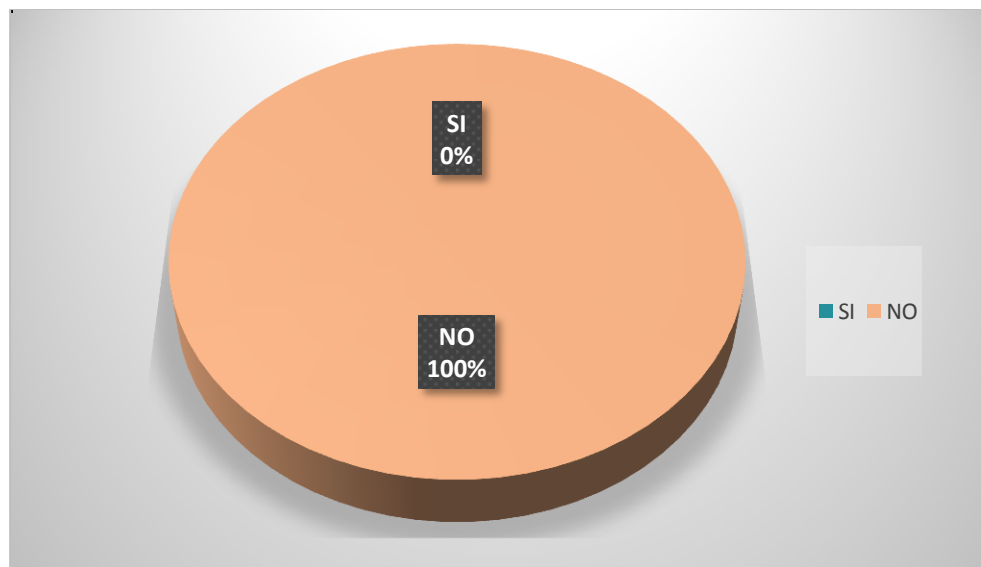


Figura 8. Conoce la existencia de un departamento o área especializada que se encargue de manejar las comunicaciones en la empresa
Fuente. Pasante del proyecto

Encuesta. Pregunta 3

Análisis de los resultados obtenidos. El 100% de los auditores encuestados desconocen que en la Unión Temporal Ondas Transparentes se maneje un área especializada que se encargue de las comunicaciones internas de la empresa. Esta situación hace que nadie sepa cuán importante son los procesos comunicativos en los que debe estar encaminada toda la organización, y qué beneficios trae para ella y cómo puede influir en cada uno de los auditores.

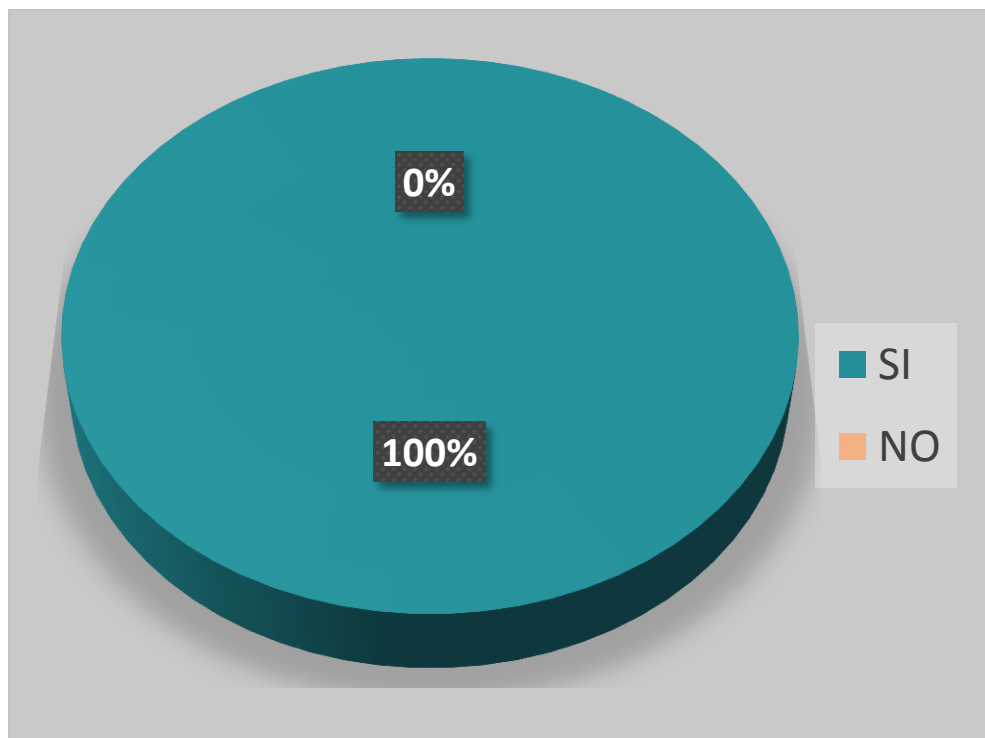


Figura 9. Recibe usted información por parte de la empresa
Fuente. Pasante del proyecto

Encuesta. Pregunta 4A

Análisis de los resultados obtenidos. El 100% de los auditores encuestados si reciben información por parte de la empresa, cosa que es muy importante ya que de alguna u otra manera tienen al personal informado, ya sea de lo cómo deben emplear su labor y porque medio es recibida.

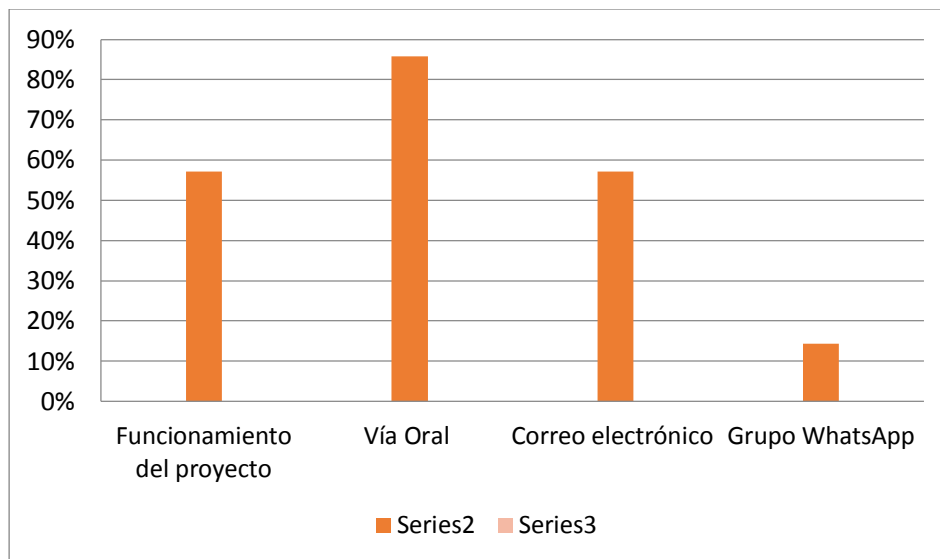


Figura 10. Qué tipo de información

Fuente. Pasante del proyecto

Encuesta. Pregunta 4B

Análisis de los resultados obtenidos: De acuerdo con la información obtenida donde el 100% de los auditores afirmaron que reciben información por parte de la Unión Temporal Ondas Transparentes, pero además es importante saber qué tipo de información y cómo la reciben, y ellos lo manifestaron de la siguiente manera: el 60% dice que la información que reciben es acerca del funcionamiento del proyecto que ejecutan y a su vez el 80% afirma que éstas indicaciones las reciben vía oral, también indican que el 60% lo reciben por el correo electrónico y el 20% por el grupo del WhatsApp, es fundamental tener canales que ayuden a que todo el personal esté recibiendo información constantemente por la empresa y cada auditor dio su punto de vista y asintió por cuál medio eran adquiridos los temas a desarrollar dentro de la Unión Temporal.

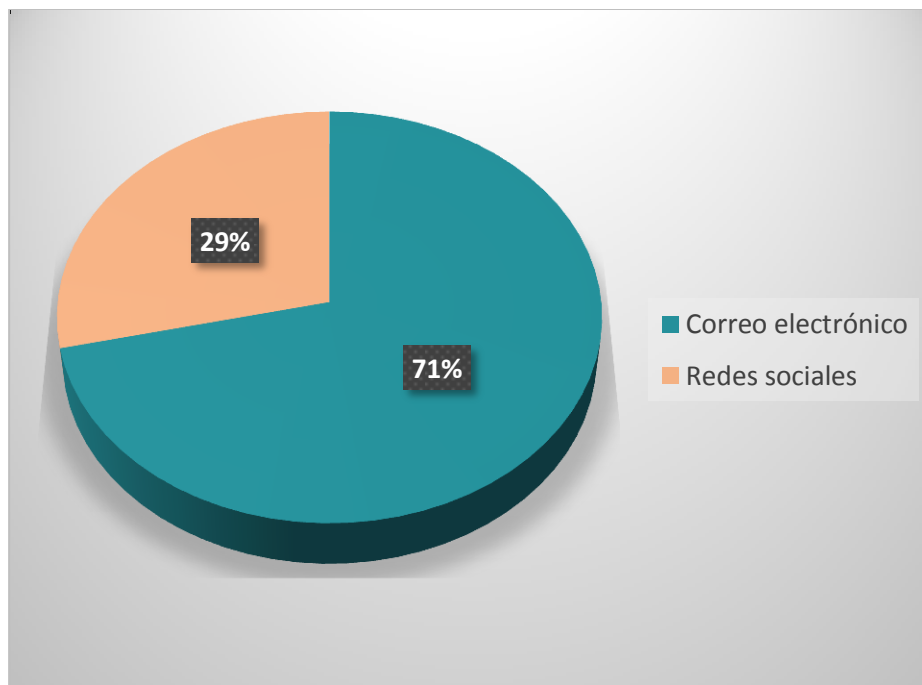


Figura 11. Por medio de qué canales de comunicación

Fuente. Pasante del proyecto

Encuesta. Pregunta 5

Análisis de los resultados obtenidos. El 71% de los auditores encuestados consideran que el canal por el cual reciben más información es por el correo electrónico otorgándolo como el principal ya que cada auditor tiene su correo electrónico y es por ahí donde se maneja todos los temas a tratar acerca del trabajo, el otro 29% optaron como canal de información las redes sociales donde se utilizan para asuntos más cotidianos de la empresa.

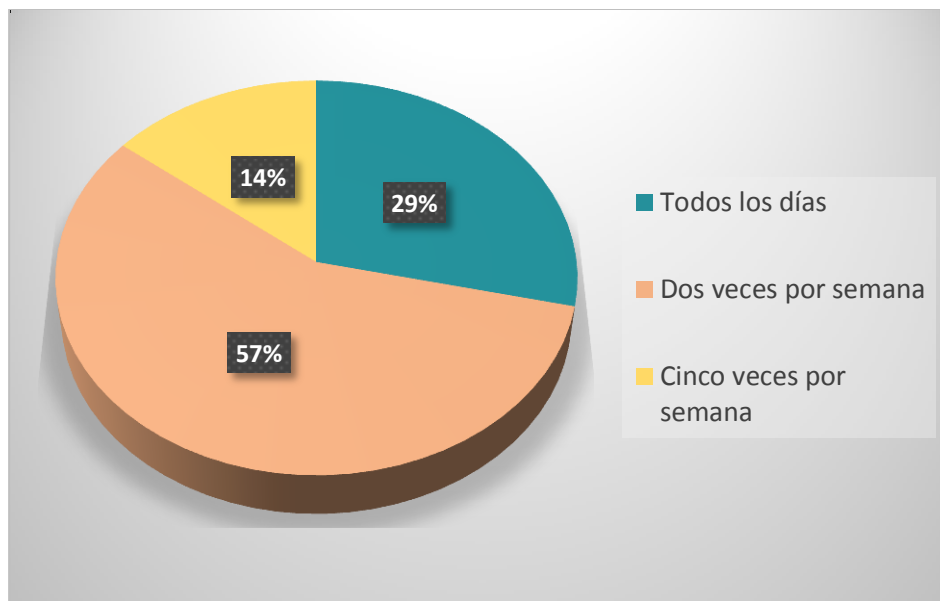


Figura 12. Con qué frecuencia recibe la información
Fuente. Pasante del proyecto

Encuesta. Pregunta 6

Análisis de los resultados obtenidos. Según las respuestas por parte de los auditores encuestados de la Unión Temporal Ondas Transparentes, con referencia a los resultados obtenidos acerca de saber con qué frecuencia reciben la información los trabajadores, se afirma que el 57% de los empleados reciben información dos veces por semana, otros indican con un 43% que obtienen información todos los días y por último el 14% dice que la información se adquiere cinco veces a la semana. Se puede evidenciar que se presenta por parte de los auditores cierto grado de inestabilidad porque no saben en totalidad la frecuencia con que es recibida la información.

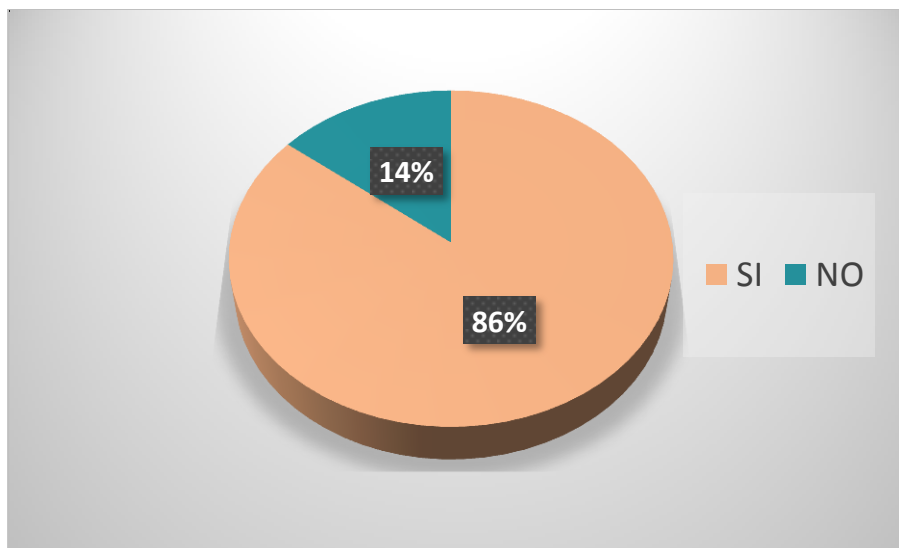


Figura 13. Usted considera que es necesario implementar medios para transmitir información dentro de la empresa Fuente. Pasante del proyecto

Encuesta. Pregunta 7

Análisis de los resultados obtenidos. El 86% de los auditores encuestados consideran necesario implementar medio para transmitir información dentro de la empresa, para ellos es necesario porque, les permite tener más comunicación, creen que existirá un correcto funcionamiento interno, que la información será efectiva y eficaz y a su vez creen que esto ayudará a que la información tenga fluidez en la empresa y así estén todos informados, por otro lado un auditor con un 14% cree que no es necesario implementar medios para transmitir información dentro de la organización, puesto que dice que el departamento de recursos humanos es el encargado de transmitir información. Se puede constatar que gran parte del personal está de acuerdo con que se implementen mecanismos que ayuden a transmitir información dentro la empresa.

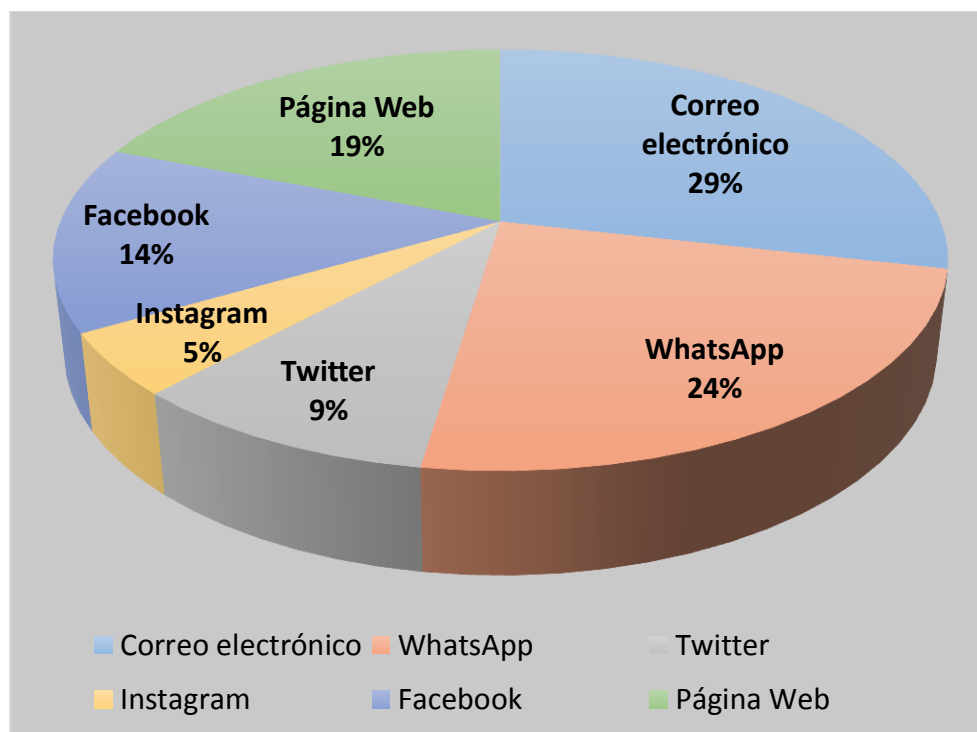


Figura 14. Evalué cuál sería el canal más efectivo para enviar información de la empresa
Fuente. Pasante del proyecto

Encuesta. Pregunta 8

Análisis de los resultados obtenidos. Según la evaluación realizada a los auditores ellos responden ante cuál sería para ellos el canal más efectivo para enviar información de la empresa es el correo electrónico calificándolo entre una escala de 6 siendo el principal y 1 el menos principal, es por eso en esta instancia se toma una escala siendo el canal fundamental el correo electrónico con un 29%, el WhatsApp con un 24%, la Página Web con un 19%, Facebook calificado con un 14%, Twitter con 9% y el último de esta escala viene siendo Instagram como el canal menos efectivo para enviar información.

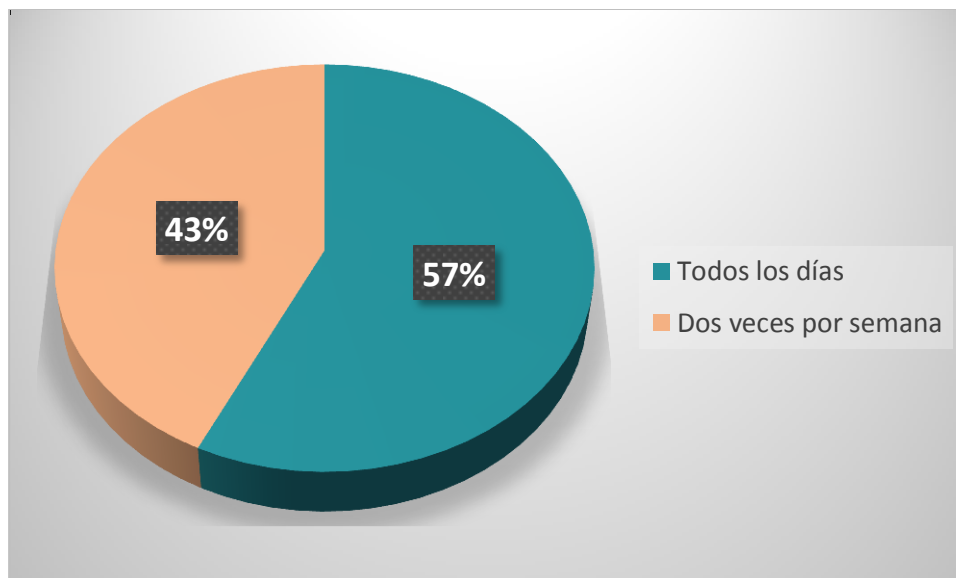


Figura 15. Con qué frecuencia le gustaría recibir información
Fuente. Pasante del proyecto

Encuesta. Pregunta 9

Análisis de los resultados obtenidos. El 57% de los auditores encuestados creen que la frecuencia necesaria para recibir información sería todos los días y así todos se mantengan atentos con cualquier asunto de la empresa, el otro 43% desean la frecuencia que ellos requieren es dos veces por semana.

Encuesta. Pregunta 10

Análisis de los resultados obtenidos: Es saber cuáles recomendaciones daría para fortalecer los procesos comunicativos dentro de la UTOT.

Las respuestas de los auditores son las siguientes:

- Que sea más eficaz y mantener un medio para llegar a cada uno esa información.
- Continuar con los mecanismos de información para que la fluidez sea más eficaz y la información sea de doble vía.
- Crear un departamento de recursos humanos.
- Crear canales efectivos de información.
- Implementar un plan de comunicaciones como primer paso, y que haya una persona idónea para dar a conocer lo referente a la comunicación interna de la empresa, y así hacerla eficiente en todos los empleados.
- Es necesario tener un medio o departamento de comunicación que sea un canal oficial, ya que la información que se debe manejar es en una empresa debe ser veraz y eficaz.
- Encargar un personal responsable de difundir y administrar la información.

3.1.3 Aplicación de entrevista en profundidad al Jefe Inmediato. Entrevista realizada al señor Sergio Pineda Director de la interventoría Unión Temporal Ondas Transparentes (ver apéndice).

Principales afirmaciones o hallazgos encontrados en la entrevista.

¿Usted cree que es importante crear un área especializada de comunicación?

RTA: Es importante crear áreas especializadas de comunicación en empresas porque ayuda a dinamizar el tránsito de información y agilizar los procesos de la misma, dando una mayor solidez a los objetivos de la empresa.

¿Qué tanto estarían dispuestos en invertir en comunicaciones dentro de la Unión Temporal?

RTA: Es importante resaltar que la Unión Temporal, como bien lo enmarca su nombre, es una figura empresarial constituida para un proyecto en particular y que tiene un margen de duración específico. Sin embargo, el grupo empresarial en el cual laboro está dispuesto a invertir en software de comunicación y en la ampliación de redes informáticas para automatizar y optimizar las funciones de las empresas.

¿Cómo emplearía usted siendo el jefe, un fortalecimiento en la parte comunicativa de la Unión Temporal?

RTA: Habilitar espacios de capacitación y de apropiación del conocimiento con los trabajadores, en donde estos sientan mayor propiedad y compromiso con las labores de la Unión Temporal.

3.1.3 Triangulación de la información (Encuesta y Entrevista).

Tabla 4
Triangulación

TRIANGULACIÓN DE LA ENCUESTA Y ENTREVISTA		
RESULTADOS OBTENIDOS DE LA ENCUESTA	RESULTADOS OBTENIDOS DE LA ENTREVISTA	CONCLUSIONES
El 71% de los auditores encuestados consideran que el canal por el cual reciben más información es por el correo electrónico otorgándolo como el principal ya que cada auditor tiene su correo electrónico y es por ahí donde se maneja todos los temas a tratar acerca del trabajo	Los canales que apoyan los procesos comunicativos de la empresa son los correos electrónicos y los servidores de procesamiento interno.	Esta situación tiene similitud tanto con los auditores y el jefe inmediato ya que el canal que apoya los procesos comunicativos es el correo electrónico y por ahí es donde más se maneja la información de la empresa.
El 86% de los auditores encuestados consideran necesario implementar medio para transmitir información dentro de la empresa es necesario porque, les permite tener más comunicación, creen que existirá un correcto funcionamiento interno, que la información será efectiva y eficaz, y a su vez creen que esto ayudará a que la información tenga fluidez en la empresa y así estén todos informados.	El grupo empresarial está dispuesto a invertir en software de comunicación y en la ampliación de redes informáticas para automatizar y optimizar las funciones de las empresas.	Este resultado es satisfactorio tanto para la empresa, como para sus empleados, ya que el grupo empresarial está dispuesto para invertir en mecanismos de comunicación y así responda a las expectativas de los auditores para la ayuda de su apropiación con la información que se transmite en la Unión Temporal.
El canal más efectivo para enviar información de la empresa es el correo electrónico.	El medio más efectivo utilizado con los trabajadores es la transmisión de la información de viva voz o de primera mano porque genera una mayor receptividad y comprensión por parte de éstos, pero también se les mantiene informado por medio del correo electrónico.	El balance es positivo, aunque el jefe con mayor insistencia aseguró que el medio más efectivo y utilizado con los auditores es vía oral, y dejando como segunda opción el correo electrónico.

Fuente. Pasante del proyecto.

3.2 Plan estratégico de comunicación para el mejoramiento de la unión temporal ondas transparentes.

Por más antigua o nueva que sea una empresa nunca es tarde para crear o fortalecer los procesos comunicativos y construir una cultura organizacional apropiada dando la oportunidad para un mejoramiento interno.

De acuerdo con lo estipulado en los objetivos del proyecto, las estrategias que se plantean, se proyectan dentro de las actividades a desarrollar en la medida del proceso comunicativo y una coordinación de las mismas, con el fin de trabajar en ellas en un periodo establecido.

Para lograr este análisis macro de la comunicación dentro de la Unión Temporal fue fundamental la implementación de matrices como la Matriz Poam y la Matriz Pci que dieron respuesta a factores que necesitan de máximo interés en los componentes socios culturales y tecnológicos, tales como la falta de comprensión de los objetivos organizacionales, poca inversión en tecnología, escasa dedicación al capital intelectual, etc., por ende se trabajó en ello para buscar una solución en cada elemento que requería de observación.

Las estrategias comunicativas planteadas ayudarán a que la Unión Temporal aproveche las mejores habilidades y capacidades de sus recursos humanos, que a su vez será un avance hacia la indagación, rendimiento e iniciativa de los auditores por mejorar la comunicación dentro su organización.

Los resultados que se adquieran serán direccionados a impulsar la comunicación organizacional entre los auditores de la Unión Temporal, fomentar los espacios de participación y opinión, para hacer sus relaciones más interpersonales e interinstitucionales y disminuir el desconocimiento comunicativo que se presenta.

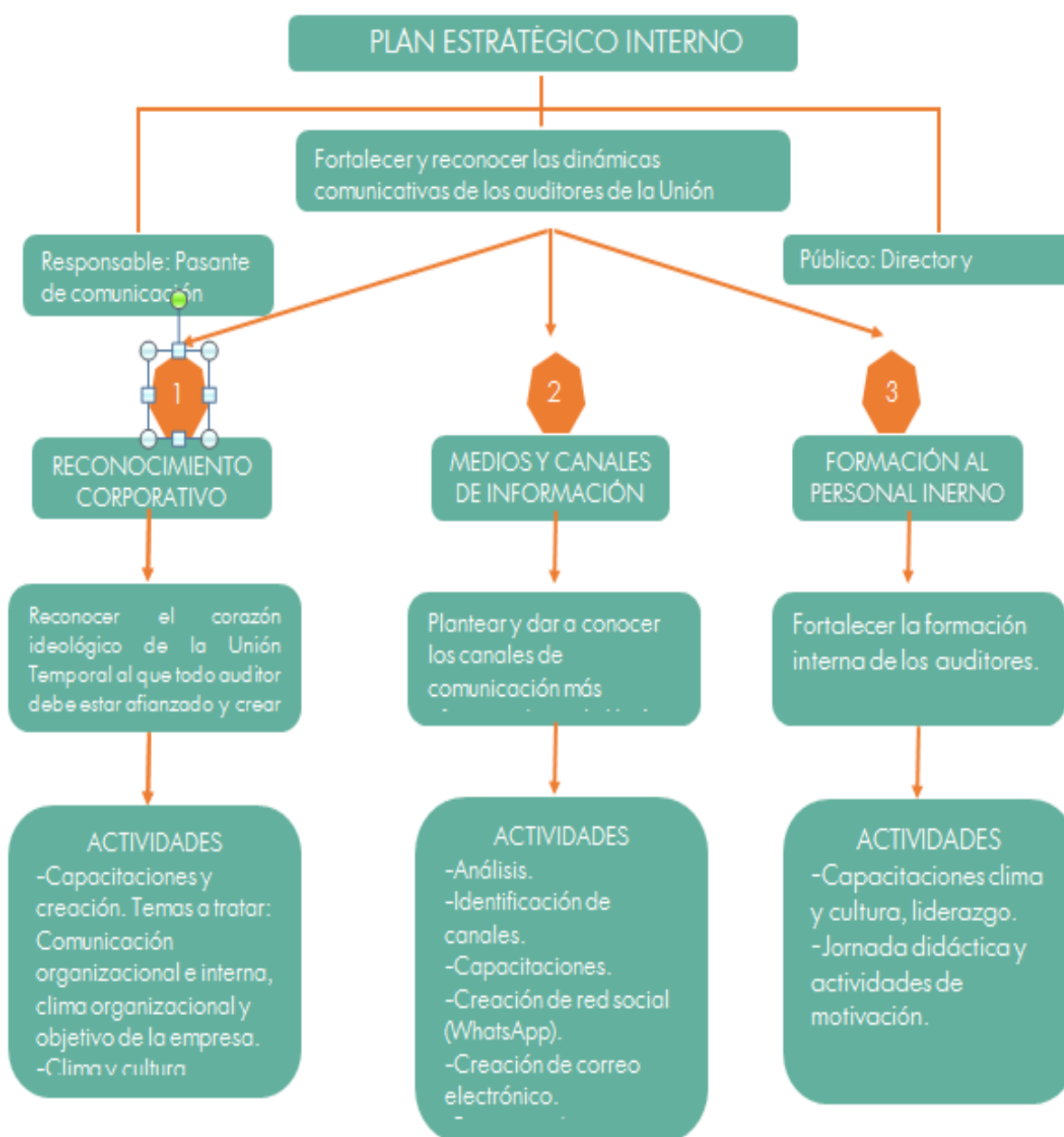


Figura 16. Plan estratégico interno
Fuente. Pasante del proyecto

3.2.1 Descripción de las estrategias comunicativas.

Reconocimiento Corporativa de la Unión Temporal ondas transparentes. Esta estrategia es fundamental en la Unión Temporal debido a que es el corazón ideológico al que todo auditor debe estar afianzado y crear ambientes de apropiación el cual evalúa: el sentido de pertenencia, la identidad corporativa, el clima organizacional y el objetivo de la organización, difundiendo la imagen institucional de la Unión Temporal ante un trabajador.

Dar a conocer los canales de comunicación más efectivos dentro de una organización.

Existen ciertos canales como: Página web, correo institucional, oralidad, o redes sociales que hacen parte de este contenido como lo son: WhatsApp, Facebook, Twitter, que hacen que la información conserve la credibilidad, pero también que tenga una mejor fluidez y hacerla a su vez más eficaz para que cada empleado se sienta complacido con el canal más efectivo y por cual le gustaría recibir la información, por eso es vital que se den a conocer todos los canales que contribuyen con el desarrollo de la empresa y de cada persona que trabaja en ella.

Fortalecer la formación de cada auditor. Se debe tener claro que bajo cada cargo de auditor hay una profesión que los respalda y que se puede tener en cuenta para influir en la formación de cada uno a lo largo del proceso; por esa razón es fundamental mostrar principios comunicativos como la motivación en el ambiente laboral, un buen liderazgo y utilizar el lenguaje adecuado dentro de la organización, para ir originando cultura en el proceso de cada trabajador y como va evolucionando por medio de la influencia de la comunicación.



Figura 17. Implementación de estrategias
Fuente. Pasante del proyecto

3.2.2 Reconocimiento Corporativo.

Actividad 1: Organizar capacitaciones con los temas comunicativos que vayan dirigidos a los auditores de la empresa, con el fin de que amplíen su percepción ante la relevancia que tiene una comunicación interna dentro de una organización.

Tiene como objetivo desarrollar tres capacitaciones con el fin de dar una inducción referente a la importancia de las comunicaciones dentro de la empresa.

La primera ilustración es el reconocimiento comunicacional de la Unión Temporal con temas significativos: Comunicación Organizacional e interna, clima organizacional y el objetivo de la empresa, siendo estos los principales argumentos que generan una afable cultura organizacional.

Para llevarlo a cabo se utilizarán materiales de apoyo como folletos y diapositivas en el transcurso de las capacitaciones.

- Intensidad: 1 días– 2 a 3 horas.
- Colaboradores: Auditores y Director de la Interventoría.
- Responsable: Pasante de comunicación social.
- Indicador: Número de colaboradores que participen en la capacitación, sobre el número de auditores de colaboradores de la Unión Temporal.

3.2.3 Dar a conocer los canales de comunicación más efectivos dentro la Unión

Temporal. En primera instancia se realizó un análisis por medio de las matrices POAM y PCI en cual de lograron identificar tanto factores externos e internos las deficiencias por las que carece la Unión Temporal y cuales se necesitaban de atención, teniendo como ejes centrales los componentes socioculturales y tecnológicos. Es ahí donde se pudo identificar los canales más efectivos de información y realizar una capacitación.

Actividad 2. El propósito de la capacitación consistía en dar a conocer los canales de comunicación más efectivos y porqué son tan necesarios dentro de una organización, acompañado de herramientas como un video beam y un folleto para el acompañamiento de la capacitación.

- Intensidad: 1 día – 2 a 3 horas.
- Colaboradores: Auditores y Director de la Interventoría.

- Responsable: Pasante de comunicación social.
- Indicador: Número de colaboradores que participen en la capacitación, sobre el número de auditores de colaboradores de la Unión Temporal.

Actividad 3. El objetivo con el que se creó un grupo en la red social WhatsApp fue para un intercambio de información siendo uno de los canales más accesibles para el personal, pero se debe reconocer que este tipo de redes no es más que un enorme intercambio de información donde los miembros de la organización comparten con otros todas las actividades que realizan.

Actividad 4. La finalidad con la que se generó un correo electrónico empresarial fue para que cada auditor envíe y reciba la información que se transmite en la Unión Temporal, creando espacios de apropiación con canales de comunicación básicos y fundamentales en la empresa.

Actividad 5. Propuesta del Diseño de una estrategia de comunicación interna para el grupo de auditores de la unión temporal ondas transparentes y así fortalecer los procesos comunicativos de los auditores, esta propuesta tiene un enfoque más profundo con estrategias que ayudan a darle un mejor funcionamiento a la información con elementos más completos como un software, una página web y un correo institucional, estos elementos cuentan con un presupuesto, un tiempo estipulado para la ejecución y la persona responsable para la realización de dicha propuesta. Además esta sugerencia ya está en manos del comité directivo de la empresa con la intención de poder llevarlo a cabo dentro de la Unión Temporal Ondas Transparentes y seguir con el proceso que se ha venido implementando con el fin de consolidar estas estrategias

comunicativas para el desarrollo y el impacto que va adquiriendo la Unión Temporal Ondas Transparentes (Ver apéndice).

3.2.4 Formación al personal interno de la Unión Temporal.

Actividad 6: Capacitación de liderazgo. Es importante que la Unión Temporal tenga un líder idóneo para que esté a la disposición de ayudar a los demás e indicarle cuál es la mejor conveniencia que tiene a la hora de hacer un aporte pertinente a la organización, pero hay que dejar claro que este líder no se puede aprovechar de su labor, porque puede desalinearse la estructura.

Se realizó una capacitación a los auditores sobre la gran influencia que tiene la comunicación en la formación de cada auditor y qué tan importante sería la presencia de un líder o asesor dentro la organización, los instrumentos utilizados fueron un folleto y un video beam.

- Intensidad: 1 día – 2 a 3 horas.
- Colaboradores: Auditores y Director de la Interventoría.
- Responsable: Pasante de comunicación social.
- Indicador: Número de colaboradores que participen en la capacitación, sobre el número de auditores de colaboradores de la Unión Temporal.

Actividad 7: Motivación para los auditores y Liderazgo

Para poder alcanzar el crecimiento interno de la Unión Temporal debe crearse un ambiente motivador para los auditores que trabajan en esta interventoría, estableciendo actividades que incentiven al trabajador a ser un mejor empleado, generando una estructura organizacional flexible.

Una de las actividades que llegan a motivar a un empleado es que la organización debe tener en cuenta sus opiniones e ideas sin importar el nivel jerárquico del trabajador y a su vez darle a conocer toda la información que se maneje dentro de la Unión Temporal, con el fin mantener un auditor bien informado y dejar que utilice sus propias herramientas para poder llegar a generar resultados de gran impresión para la empresa.

La funcionalidad de esta actividad es motivar a cada empleado con el objetivo de que se sienta satisfecho en el lugar de trabajo y que su presencia es importante para la empresa, por eso la actividad a realizar es que todos los días se califica al trabajador con un emoticón, dependiendo de su comportamiento en el día.

- Intensidad: Todos los días (Durante un período de 3 meses).
- Colaboradores: Auditores y Director de la Interventoría.
- Responsable: Pasante de comunicación social.
- Indicador: Medir calidad en el ambiente laboral.

Actividad 8: Manejo de vocabulario indicado dentro del trabajo.

Es de vital importancia que se maneje el lenguaje apropiado en el lugar de trabajo, por eso es necesario promover iniciativas al cambio del vocabulario y ser muy culto en el momento de referirse dentro de su zona de trabajo y con sus compañeros.

El objetivo es impulsar un mejor lenguaje dentro la Unión Temporal a fin de que ningún empleado se sienta ofendido cuando se refieren con él, la persona que no maneje el lenguaje apropiado o utilice palabras soeces, tendrá una pequeña multa, que al final de cada mes se tendrá un acumulado para hacer un encuentro con todo el equipo de trabajo, ya sea una cena o un almuerzo.

Con esta estrategia comunicativa se logró un fuerte impacto ya que se emplearon mecanismos de mejora en cada percepción del trabajador respecto a su zona de trabajo, como calificar su comportamiento y como debe ser su ética dentro la organización, esta actividad se realiza todos los días.

- Intensidad: Todos los días (Durante un período de 3 meses).
- Colaboradores: Auditores y Director de la Interventoría.
- Responsable: Pasante de comunicación social.
- Indicador: Medición de colaboración de todos los auditores.

Actividad 9: Jornada recreativa y lúdica: Se realiza una jornada autodidáctica para ir despertando en cada empleado el trabajo en equipo y aprovechar los recursos comunicativos como apoyo en su trabajado a diario. El equipo de trabajo tendrá una jornada para interactuar y salir un poco de lo cotidiano.

El propósito de esta actividad fue realizar una jornada didáctica con el equipo de trabajo de la Unión Temporal Ondas Transparentes llevándolos a una clase en un gimnasio de electro estimulación muscular con el fin de salir un poco de la rutina siendo esta una ocasión para rescatar muchas veces el contacto con los compañeros y compartir como grupo de trabajo, se obtuvo un impacto dinámico en el cual todos participaron y se sintieron complacidos con esta pausa activa a la que accedieron.

- Intensidad: 1 día – 4 horas.
- Colaboradores: Auditores y Director de la Interventoría.
- Responsable: Pasante de comunicación social.
- Indicador: Medición del grado de satisfacción de cada empleado.

Capítulo 4. Diagnóstico final

Después de haber conocido un diagnóstico inicial de la Unión Temporal Ondas Transparentes, donde reveló ciertas falencias en la parte comunicativa debido a su escaso conocimiento en este aspecto, se fueron manejando herramientas que buscaran la mejoría de ciertas fallas encontradas; pero fue por medio de estrategias comunicativas que se pudo alcanzar cierto logro, ya que los auditores respondieron con lo que se pretendía hacer por medio de este proyecto, accediendo a algunos temas que son fundamentales emplear dentro de una empresa, y que a través de ellos tenemos es una ayuda o apoyo para progresar como persona y como trabajador.

Además fue de gran éxito dar a conocer las pautas necesarias, que de alguna u otra manera despejaron su forma de pensar para dar paso a la apropiación del conocimiento que van adquiriendo con la ayuda de estos mecanismos, y dar por válidas situaciones que ameritan la atención comunicativa.

De la misma manera cabe resaltar que este proyecto tuvo gran impacto en la Unión Temporal Ondas Transparentes, ya que a partir de ahí se emplea un buen ambiente laboral poniendo en práctica lo que se aprendió, a tal fin de que el entorno donde se trabaja reestablezca su comunicación como grupo empresarial y analice la gran influencia que tienen las comunicaciones y el oportuno funcionamiento de la información.

5. Conclusiones

Se puede concluir que después de haber efectuado todo el análisis general de la información que se obtuvo por medio de las matrices Análisis Pest, Matriz Poam y Pci y también de los mecanismos de recolección de datos identificando detalladamente los aspectos que necesitaban de atención, se concluye que es de gran utilidad seguirle dando la viabilidad necesaria para incentivar en los auditores la evolución que va adquiriendo la Unión Temporal en la parte comunicativa y así ellos adopten las nuevas transformaciones que pueden traer el correcto funcionamiento en la organización.

Se resalta que las estrategias comunicativas que se emplearon a través de varias actividades tuvieron un impacto positivo, dado a que se logró transmitir conceptos claves de participación, de darle un mejor manejo al canal de comunicación más utilizado e ir destinándole más tiempo a la mejoría de los procesos comunicativos que es el arma que necesita cada auditor para demostrar su desempeño dentro y fuera de la Unión Temporal.

Lo importante que pudo traer el implementar nuevas estrategias comunicativas por medio de este proyecto, fue el incentivar a los directivos de la Unión Temporal a apostarle al mejoramiento de todas las técnicas que contribuyan al desarrollo y evolución de sus trabajadores y de su empresa.

Esto generó cierta satisfacción en cada uno de los trabajadores, puesto que todo se hace con el fin de sentirse a gusto en su trabajo y que cada vez se apropien de sus saberes por medio de materiales factibles y de sencilla realización en el ambiente laboral.

Finalmente el Diseño de una estrategia de comunicación interna para el grupo de auditores de la Unión Temporal Ondas Transparentes, lo que ofrece es un acercamiento e instrucción sobre los beneficios que trae una buena comunicación dentro de una compañía con instrucciones que ayudaran a la transparencia de la información y darle un mejor manejo

6. Recomendaciones

Una vez concluido el proyecto de grado, es considerable dejar claro que todas las personas que sigan con este proceso evolutivo, debe tener en cuenta que todo esto se hizo con el fin de ser una empresa diferente y se tenga un mejor restablecimiento de la manera como se trabajó antes para que por medio de esto se tenga un progreso interno, que a su vez sería notoria en lo externo.

Como recomendaciones tenemos:

Generar un grupo de comunicaciones y a su vez tenga visibilidad desde el organigrama de la Unión Temporal Ondas Transparentes, como una línea de staff, debido a la relevancia que tiene la información y comunicación en las organizaciones.

Implementar lo propuesto en la estrategia comunicativa sería de máxima ayuda ya que cada trabajador necesita fortalecer todo lo que conlleva el buen funcionamiento comunicativo en una organización.

Acceder frecuentemente a las pausas activas, con el objetivo de que el empleado no se sienta asfixiado por su trabajo.

Crear manuales de imagen corporativa para el fortalecimiento de la identidad de la empresa.

Referencias

- Aguilera, J. (2008). *Gerencia integral de comunicaciones: claves para estructurar los nuevos departamentos de comunicación*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones.
- Ander-Eeg, E. (1985). Introducción a la planificación. En E. Ander-Eeg. Argentina: Humanistas.
- Carlos, S. (1992). Guía para realizar investigaciones sociales. Caracas, Venezuela: Panapo.
- Chapman. (2004). www.degerencia.com/articulos.php?artid=544.
- Chapman, A. (22 de 08 de 2004). *de gerencia* . Obtenido de www.degerencia.com
- Costa, J. (01 de 12 de 2012). *Red Dircom*. Obtenido de www.reddircom.org
- Genisans, M. T. (1974). *El diagnóstico social*. Argentina: Humanidades.
- Gómez, H. S. (s.f.). *Gerest*. Obtenido de www.gerest.es.tl
- Gómez, H. S. (s.f.). *H. Gil Pantoja*. Obtenido de www.gerest.es.tl
- Gómez, H. S. (sin fecha). *Gerest* . Obtenido de www.gerest.es.tl
- Gómez, M. (2006). En *Introducción a la metodología de la información* (págs. 127 - 128). Córdoba, Argentina: Brujas.
- Grasso, L. (2006). Encuestas: Elementos para su diseño y análisis. Córdoba, Argentina: Encuentro grupo editorial.
- Hernández, a. e. (2003). *Eumed. Net*.
- Libaert, T. (2005). *El plan de comunicación organizacional*. Noriega Editores.
- Maferpi. (2015). *Contrato N° 1943 de 2015*. Santa Marta, Magdalena.
- Maferpi. (s.f.). *Contrato N° 1930 de 2015*. Santa Marta, Magdalena.
- María Teresa Scarón de Quintero, N. G. (1974). El diagnóstico social. En N. G. María Teresa Scarón de Quintero, *El diagnóstico social* (pág. 26). Argentina: Humanistas.
- Pineda, S. (2016). *Plan de trabajo Interventoría* . Santa Marta.

Rada, V. D. (2001). En *Diseños de proyectos de investigación* (pág. 13). España: Esic Editorial.

sabino, C. (1992). *Guía para realizar investigaciones sociales*. Caracas, Venezuela: Panapo.

Sabino, C. (1992). *Guías para realizar investigaciones sociales*. Caracas, Venezuela: Panapo.

Serna, H. G. (s.f.). www.gerest.es.tl/ANALIS-POAM.htm.

Significados. (s.f.). *Qué es Diagnóstico*. Recuperado el 20 de mayo de 2017, de <https://www.significados.com/diagnostico/>

Soto, B. (s.f.). *Qué es el clima organizacional*. Recuperado el 20 de mayo de 2017, de <https://www.gestion.org/recursos-humanos/clima-laboral/4004/que-es-el-clima-organizacional/>

Talentosreunidos. (23 de julio de 2012). *El plan de comunicación interna: ¿qué es? y ¿para qué?* Recuperado el 20 de mayo de 2017, de <https://talentosreunidos.com/2012/07/23/el-plan-de-comunicacion-interna-que-es-y-para-que/>

www.gestiondeoperaciones.net/gestion-de-calidad/que-es-el-diagrama-de-ishikawa-o-diagrama-de-causa-efecto/. (s.f.).

Apéndices

Apéndice A. Encuesta aplicada a los auditores

		INTERVENTORÍA A LA EJECUCIÓN DEL FORTALECIMIENTO DE LA CULTURA CIUDADANA Y DEMOCRÁTICA EN CT+I A TRAVÉS DE LA IEP APOYADA EN TIC.		
ENCUESTA A AUDITORES DE LA UNIÓN TEMPORAL ONDAS TRANSPARENTES		AÑO	MES	DÍA
OBJETIVO	Por medio de estas preguntas se desea investigar y conocer cuál es el conocimiento que tienen en la parte comunicativa los auditores de la Unión Temporal Ondas Transparentes.			
DATOS PERSONALES				
NOMBRE				
IDENTIFICACIÓN				
PROFESIÓN				
CARGO				
PREGUNTAS				
1. ¿Hace cuánto trabaja con la empresa?				

2. ¿Existe un departamento o área especializada en comunicación interna?				
_____ SI _____ NO _____				
3. ¿Usted conoce la misión, visión y las políticas de la empresa?				
_____ SI _____ NO _____				
4. ¿Qué tanto conoce la información que se transmite en la empresa?				
Bastante _____ Poco _____ Nada _____				
5. ¿Considera que la comunicación es importante dentro de la organización?				
_____ SI _____ NO _____				
6. ¿Usted considera que es necesario implementar medios para transmitir información dentro de la empresa?				
_____ SI _____ NO _____				
7. ¿Existen canales de información dentro de la Unión Temporal, en caso que sea SI, cuál?				
_____ SI _____ Cuál _____ NO _____				
8. ¿Por cuál canal le gustaría recibir información?				
Correo electrónico _____ WhataApp _____ Twitter _____ Instagram _____				
9. ¿Con qué frecuencia le gustaría recibir la información?				
Todos los días _____ Dos veces a la semana _____ Semanal _____ Mensual _____				
10. ¿Considera que se debe emplear mecanismos que ayuden a fortalecer los procesos comunicativos dentro de la UTOT?				
_____ SI _____ NO _____				
¡GRACIAS POR SU TIEMPO!				
				
FIRMA DEL AUDITOR		FIRMA DE LA PASANTE		

Apéndice B. Entrevista aplicada al jefe inmediato

Buenas tardes, de ante mano muchas gracias por su tiempo y acceder a esta entrevista.

Nombres: Sergio Pineda

Cargo que desempeña en la empresa: Director de la Unión Temporal Ondas Transparentes.

1. ¿Qué tan importante considera que es la comunicación interna de la empresa?

RTA: La comunicación interna dentro de una empresa es importante porque ayuda a fortalecer los equipo de trabajo y articularlos, generando redes de retroalimentación que propician un buen entorno laboral.

2. ¿Qué beneficios tiene una buena comunicación interna?

RTA: La comunicación interna trae beneficios productivos dentro de una empresa, porque genera confianza, seguridad y compromisos en los trabajadores.

3. ¿Cómo pueden innovar las empresas con la comunicación?

RTA: Puede innovar de distintas formar, generando redes internas, creando correos institucionales, desarrollando software propios de comunicación, y propiciando espacios de interacción periódicas.

4. ¿Usted cree que es importante crear un área especializada de comunicación?

RTA: Es importante crear áreas especializadas de comunicación en empresas porque ayuda a dinamizar el tránsito de información y agilizar los procesos de la misma, dando una mayor solidez a los objetivos de la empresa.

5. ¿Qué medio o canales apoyan los procesos comunicativos en la empresa?

RTA: Los canales que apoyan los procesos comunicativos de la empresa son los correos electrónicos y los servidores de procesamiento interno.

6. ¿Cuál cree usted que es el medio más efectivo que utiliza con los trabajadores?

RTA: El medio más efectivo utilizado con los trabajadores es la transmisión de la información de viva voz o de primera mano porque genera una mayor receptividad y comprensión por parte de éstos, pero también se les mantiene informados por medio del correo electrónico.

7. ¿Qué percepciones cree que tienen los auditores frente a las comunicaciones?

RTA: La percepción de los auditores es favorable respecto a la recepción de la información, a tal punto de sentirse involucrados en la toma de decisiones de la empresa.

8. ¿Qué tanto estarían dispuestos en invertir en comunicaciones dentro de la Unión Temporal?

RTA: Es importante resaltar que la Unión Temporal, como bien lo enmarca su nombre, es una figura empresarial constituida para un proyecto en particular y que tiene un margen de duración específico. Sin embargo, el grupo empresarial en el cual laboro está dispuesto a invertir en software de comunicación y en la ampliación de redes informáticas para automatizar y optimizar las funciones de las empresas.

9. ¿Qué oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades cree que tienen entorno a la comunicación de la empresa?

RTA: Oportunidades: al ser un proyecto a largo plazo pueden incluirse nuevos canales de información en la empresa para mejorar la eficiencia de la misma.

Amenazas: que por eventualidades de la ejecución del proyecto pueda liquidarse antes de tiempo.

Fortalezas: existen ya canales de información sólidos dentro de la empresa como lo son los servidores de procesamiento interno.

Debilidades: no se han generado más redes que optimicen la calidad de la información.

10. ¿Cómo emplearía usted siendo el jefe, un fortalecimiento en la parte comunicativa de la Unión Temporal?

RTA: Habilitar espacios de capacitación y de apropiación del conocimiento con los trabajadores, en donde estos sientan mayor propiedad y compromiso con las labores de la Unión Temporal.

Apéndice C. Formato de matrices

ANÁLISIS PEST

ANÁLISIS PEST UNIÓN TEMPORAL ONDAS TRANSPARENTES			
POLÍTICOS	ECONÓMICOS	SOCIOCULTURALES	TECNOLÓGICOS

MATRIZ POAM

MATRIZ DEL PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO						
FACTORES	AMENAZAS			OPORTUNIDADES		
	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
1. ECONÓMICOS						
2. POLÍTICOS						
3. SOCIOCULTURALES						
4. TECNOLÓGICOS						

MATRIZ PCI

MATRIZ DEL PERFIL DE CAPACIDAD INTERNA						
FACTORES	FORTALEZAS			DEBILIDADES		
	ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
1. CAPACIDAD DIRECTIVA						
2. CAPACIDAD COMPETITIVA						
3. CAPACIDAD FINANCIERA						
4. CAPACIDAD TECNOLÓGICA						
5. CAPACIDAD DE TALENTO HUMANO						

MATRIZ DOFA

MATRIZ DOFA		
ANÁLISIS INTERNO	FORTALEZAS	DEBILIDADES
ANÁLISIS EXTERNO		
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA

Apéndice D. Estrategia de Comunicación Interna.

Objetivos.

OBJETIVO ESTRATÉGICO: Crear canales de información para un mayor funcionamiento de la Unión Temporal.

OBJETIVO OPERATIVO: Establecer herramientas comunicativas que se basarán en la sistematización de la información obtenida por la empresa a través de diferentes mecanismos para una mayor productividad.

Público. El desarrollo y la generación la estrategia comunicativa planteada abordará un público adulto de aproximadamente 10 personas, con una edad que oscila entre los 20 y los 50 años; la mayoría de ellos poseen un título de pregrado Universitario, y tienen un amplio conocimiento en temas relacionados con auditoría en el sector educativo, y son personas con capacidad de trabajar y entender los objetivos concebidos en el proyecto.

Situación. Existe una deficiencia en los canales comunicativas de la Unión Temporal Ondas Transparentes en el momento de procesar y articular la información entre los auditores, debido a que no se cuenta con los mecanismos apropiados para el flujo y análisis de dicha información. Las obligaciones contractuales contraídas por la empresa no se están cumpliendo de la manera adecuada afectando cada uno de esos procesos; es decir que en diversas ocasiones se incumplen los tiempos acordados con la Gobernación del Magdalena para la entrega de informes de gestión o avance, y con los reportes que se deben presentar de manera mensual al Departamento de Planeación Nacional. El contrato de interventoría que la Unión Temporal Ondas Transparentes suscribió con el Departamento establece las obligaciones que se deben desarrollar a lo largo del proyecto, este se debe cumplir sólo siguiendo estas pautas, ya que de lo contrario se podría incurrir en sanciones que afectaría el desarrollo del contrato. Según las exigencias establecidas, la información debe ser entregada en fechas específicas y de manera concisa, pero en algunas ocasiones la magnitud de la documentación allegada excede el volumen y en nivel de procesamiento dificultando el cumplimiento de dichas obligaciones, y a su vez saturando la capacidad laboral de los auditores, lo que genera un impacto interno puesto que la falta de herramientas comunicativas conlleva al inconformismo y mal ambiente laboral de cada área comprometida, provocando en ocasiones roces, malos comentarios y enfrentamientos verbales.

Solución. La estrategia de comunicación interna diseñada es para crear canales de información para un mayor funcionamiento de la Unión Temporal, se encuentra basada en 3 pasos; del siguiente modo:

1. Se desarrollará un Software de Procesamiento masivo en donde los auditores digiten y diligencien de manera más efectiva la documentación que llega a las oficinas de la empresa, con el ánimo de que el desarrollo de las actividades dentro de cada área mejore en tiempo y calidad asegurándose de que el problema existente vaya desapareciendo. A su vez se realizará una

capacitación en apropiación y utilización del software donde se puntualizará en cómo mejorar las fallas encontradas dentro de cada área.

2. Dentro de la charla anterior, se explicará el paso a seguir para continuar con el desarrollo de la estrategia, encaminada a la creación de un correo institucional con el fin de organizar la información de acuerdo a las actividades establecidas para cada auditor. La caracterización de la información a través de los correos institucionales permitirá una mayor efectividad en el desarrollo de las labores de la empresa. En este sentido, se realizará una jornada de división de roles, es decir que a cada auditor se le asignará un operador a los cuales la Unión Temporal Ondas Transparentes les realiza seguimiento para que solamente exista un canal de comunicación con el propósito de evitar que se ejerzan funciones de otros procesos, y de esta forma tomen conciencia de la labor que cada auditor debe realizar en cuanto a sus funciones, responsabilidades y cargas que recaen sobre el mismo.

3. Finalmente, se realizará el diseño de una página web con el ánimo de cargar mensualmente los resultados obtenidos de la auditoria hecha por la Unión Temporal Ondas Transparentes a cada uno de los operadores, es decir, que los primeros 5 días de cada mes se realizará un balance estadístico de los avances por operador que serán subidos a la página oficial de la empresa, y el auditor que haya realizado el 100% con el cargue de los resultados del procesamiento de la información obtendrá un reconocimiento en el que se destacará su labor y se le otorgará una bonificación que le será entregada en su salario de la quincena más próxima. Con este incentivo se busca generar mayor organización del trabajo y por ende un buen clima laboral, ya que los inconvenientes están ligados a las fallas en el cumplimiento de la información a entregar.

CONDICIONANTES.

El público: El público objetivo para la estrategia es receptivo, tiene disponibilidad para participar en las actividades que se realicen dentro de la estrategia.

Recursos: Los recursos a utilizar son sala de juntas, video beam, diapositivas sobre la utilización del software de procesamiento, la división de roles para el uso del correo institucional, y el manejo de la página web, 9 agendas, 9 lapiceros, 2 marcadores, 1 tablero, y 9 memorias USB.

Tiempo: La capacitación sobre el uso del software de procesamiento se realizará un sábado en la mañana con duración de cuatro horas de 8:00 a.m. a 12:00 a.m., el ejercicio de división de roles y manejo de la página web se realizará el sábado siguiente en el mismo horario, y finalmente se espera que los resultados surtan efecto en 2 meses.

Terreno: Oficina de la Unión temporal Ondas Transparentes (Sala de Juntas y puestos de trabajo).

Políticas: la empresa no presenta políticas que se opongan o prohíban cualquier tipo de actividad estratégica que busque generar mejoras continuas en los procesos internos de la unión temporal.

Contingencias.

- Los participantes pueden no creer en la estrategia implementada para mejorar los problemas comunicacionales.
- El desarrollo del software y de la página web puede ser lento.
- El video beam puede fallar.
- Puede que alguno de los auditores se indispongan para los días de la implementación de la estrategia.
- Puede existir una eventualidad el día de las capacitaciones, por ejemplo una jornada de auditoría en campo.

Plan B. En caso de que los participantes no crean en la estrategia propuesta, se les preguntará cuál estrategia ellos consideran que es la indicada para mejorar dichos inconvenientes dentro de las áreas, y así mismo que sean ellos quienes de manera grupal establezcan la forma en que se llevará a cabo.

Plan de acción.

ACCIÓN 1

(Táctica 1)

Objetivo: Identificar las falencias que se presentan dentro de la Unión Temporal Ondas Transparentes.

HERRAMIENTAS	DESCRIPCIÓN	INDICADOR /META	EN COLABORACIÓN CON	COSTO
Diagnóstico y Evaluación	Se realizará un diagnóstico de los principales problemas que los trabajadores perciben la Unión Temporal, mediante una reunión de trabajo colaborativo, en donde ellos exponen y argumentan lo que opinen sobre los inconvenientes.	1. saldrá un documento general donde se identifiquen varios problemas que los auditores observan y perciben. 2. Saldrán propuestas escritas para mejorar los problemas comunicacionales.	Director de Interventoría.	\$ 100.000

(Táctica 2)

Objetivo: Diseño del Software de Procesamiento, de la Página Web y la compra de un dominio para crear los correos institucionales.

HERRAMIENTAS	DESCRIPCIÓN	INDICADOR /META	EN COLABORACIÓN CON	COSTO
Diseño del software de procesamiento, y de la página web, y la compra de un dominio para crear los correos institucionales	Se contratará a un desarrollador y a un diseñador web para el desarrollo del software y de la página web, y la compra de un dominio para crear los correos institucionales. Se tomaran en cuenta las opiniones de los auditores para que se genere la mejor herramienta de flujo de información.	Generar en alrededor de un mes las herramientas de flujo de información (Software y Página web), y la compra del dominio para la creación del correo institucional.	Director de Interventoría	\$ 30.000.000

ACCIÓN 2**(Táctica 1)**

Objetivo: analizar la capacidad de cada trabajador para la distribución de los roles.

HERRAMIENTA	DESCRIPCIÓN	INDICADOR/META	EN COLABORACIÓN CON	COSTO
Asignación de roles	Se asignará un día de la semana por pareja de trabajadores para identificar las fortalezas y el desempeño de la labor encargada.	Los participantes entenderán la manera más efectiva para llevar a cabo sus actividades una vez distribuidas las cagas laborales.	Director de Proyecto	\$ 0

(Táctica 2)

OBJETIVO: Escuchar a los participantes en el cambio de roles en su experiencia y análisis de la actividad.

HERRAMIENTA	DESCRIPCIÓN	INDICADOR/META	EN COLABORACIÓN CON	COSTO
Mesa redonda	En esta actividad se escucha a los participantes sobre la experiencia que tuvieron al desempeñar un rol específico.	Los participantes realizarán un documento donde plateen los principales inconvenientes que tuvieron al desempeñar el rol específico.	Director de Interventoría	\$100.000

Presupuesto total. Con base a los planes de acción se realiza el estimado del presupuesto que será necesario para la realización de las estrategias. A continuación se discrimina el presupuesto a invertir:

ACCIÓN	Valor Unitario	VALOR TOTAL
Diagnóstico y Evaluación: tendrá una duración de dos horas y contará con un comunicador social.	\$50.000	\$100.000
Diseño del software de procesamiento, y de la página web, y la compra de un dominio para crear los correos institucionales	Software: \$ 25.000.000 Página Web: 3.000.000 Dominio correo: 2.000.000	\$ 30.000.000
Asignación de roles: durará dos horas y se realizará con el Director de la Interventoría.	\$0	\$0
Mesa redonda: durará una hora y contará con un comunicador social.	\$50.000	\$100.000
TOTAL		\$30.200.000

Ejecución.

Lanzamiento: Se acordará con los auditores y con el Director de la interventoría para establecer la fecha de inicio de la estrategia, pues se necesita del tiempo la disponibilidad de cada uno de ellos.

Seguimiento: Luego del diseño de las herramientas de información, la charla de diagnóstico, la capacitación y la asignación de roles, se inicia un seguimiento a cada uno de los procesos establecidos; con intervalos de tiempo de quince (15) días, en las que se realizará una inspección de las actividades realizadas dentro de cada proceso, detectando cuál de ellos presenta un correcto cumplimiento, y de esta manera se pueda generar el reconocimiento al mejor empleado de la e.

Cierre: A partir del lanzamiento de la estrategia hasta la finalización del seguimiento a cada uno de los auditores, se establece que esta estrategia tendrá una duración de 2 meses.

Evaluación. La estrategia se evaluará a través de un encuesta donde se les pregunte a los auditores, cómo se sintieron con lo implementado y si creen que contribuyó a la solución de inconvenientes entre la empresa, sí lo que se estableció desde el inicio de la estrategia se cumplió a cabalidad en las fechas y horarios establecidos, y de esta manera se evaluará la eficiencia y la eficacia de la estrategia. La efectividad se evaluará entre los auditores y el Director de la Interventoría en una reunión final con los exponentes de la estrategia, para que sean ellos quienes evalúen los cambios que se presenten, y en dicha reunión se hará una revisión a la encuesta inicial que se les realizó a los auditores y la final para ver las respuestas y cambios que en estas se presenten.

Apéndice E. Evidencias fotográficas

APLICACIÓN DE ENCUESTA



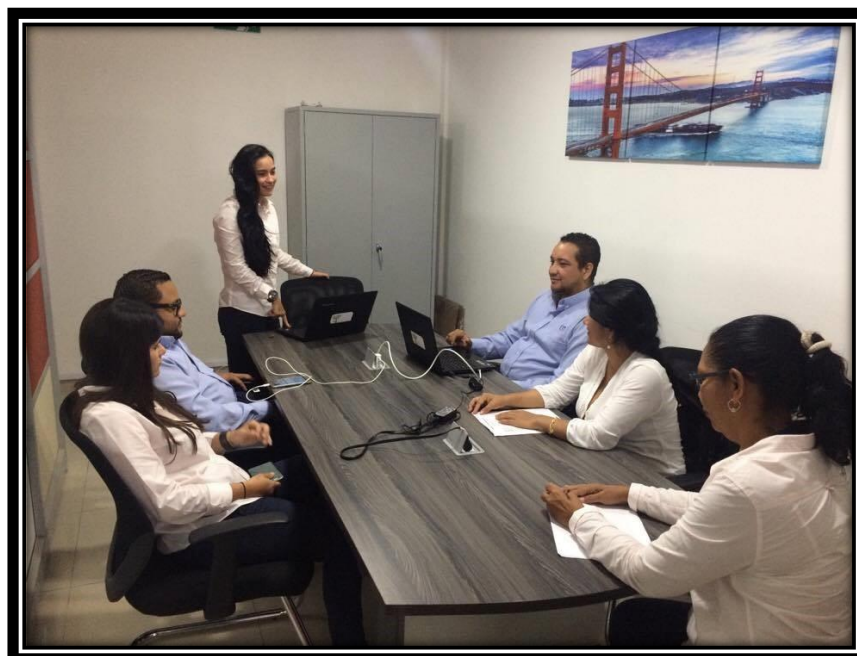
APLICACIÓN DE ENTREVISTA



ACTIVIDAD 1 PRIMERA CAPACITACIÓN A LOS AUDITORES DE LA UNIÓN TEMPORAL ONDAS TRANSPARENTES.



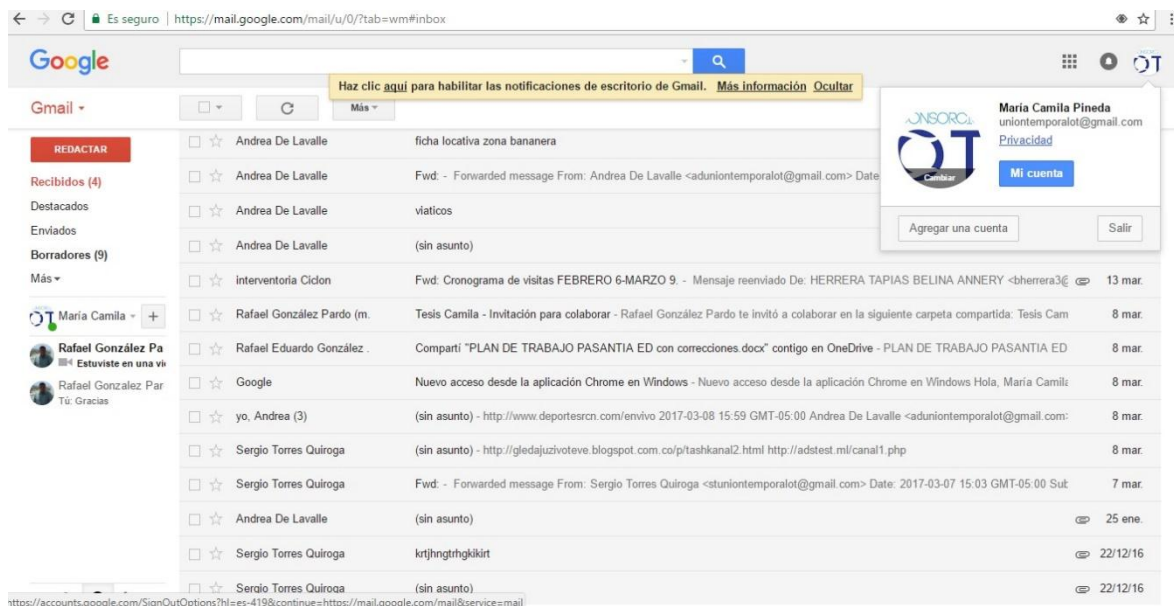
ACTIVIDAD 2 SEGUNDA CAPACITACIÓN A LOS AUDITORES DE LA UNIÓN TEMPORAL ONDAS TRANSPARENTES.



ACTIVIDAD 3: CREACIÓN DEL GRUPO DE WHATSAPP



ACTIVIDAD 4: CREACIÓN DEL CORREO ELETRÓNICO



The screenshot shows a Gmail inbox with the following email list:

From	Subject	Date
Andrea De Lavallo	ficha locativa zona bananera	
Andrea De Lavallo	Fwd: - Forwarded message From: Andrea De Lavallo <aduniontemporalot@gmail.com> Date:	
Andrea De Lavallo	viaticos	
Andrea De Lavallo	(sin asunto)	
Interventoria Cidlon	Fwd: Cronograma de visitas FEBRERO 6-MARZO 9 - Mensaje reenviado De: HERRERA TAPIAS BELINA ANNERY <bherrer3@...>	13 mar.
Rafael González Pardo (m)	Tesis Camila - Invitación para colaborar - Rafael González Pardo te invitó a colaborar en la siguiente carpeta compartida: Tesis Cam	8 mar.
Rafael Eduardo González	Comparti "PLAN DE TRABAJO PASANTIA ED con correcciones.docx" contigo en OneDrive - PLAN DE TRABAJO PASANTIA ED	8 mar.
Google	Nuevo acceso desde la aplicación Chrome en Windows - Nuevo acceso desde la aplicación Chrome en Windows Hola, María Camila	8 mar.
yo, Andrea (3)	(sin asunto) - http://www.deportesrcn.com/envivo/2017-03-08/15:59 GMT-05:00 Andrea De Lavallo <aduniontemporalot@gmail.com>	8 mar.
Sergio Torres Quiroga	(sin asunto) - http://gledajuzivoteve.blogspot.com.co/p/tashkanal2.html http://adstest.mil/canal1.php	8 mar.
Sergio Torres Quiroga	Fwd: - Forwarded message From: Sergio Torres Quiroga <stuniontemporalot@gmail.com> Date: 2017-03-07 15:03 GMT-05:00 Sut	7 mar.
Andrea De Lavallo	(sin asunto)	25 ene.
Sergio Torres Quiroga	krjhngthgkikit	22/12/16
Sergio Torres Quiroga	(sin asunto)	22/12/16

On the right side, there is a user profile for Maria Camila Pineda, uniontemporalot@gmail.com, with a 'Mi cuenta' button. Below it are buttons for 'Agregar una cuenta' and 'Salir'.

TERCERA CAPACITACIÓN A LOS AUDITORES DE LA UNIÓN TEMPORAL ONDAS TRANSPARENTES.



ACTIVIDAD 7 Y 8: CONTROL INTERNO – COMPORTAMIENTO LABORAL

CONTROL INTERNO

COMPORTAMIENTO LABORAL
"COMO TE CALIFICAS HOY"

"El empleado es el sujeto activo en el desarrollo de sus actividades. El sistema de control interno debe estar basado en el control y el seguimiento de su comportamiento"

FECHA	VERGEL	ISA MARCE	ADRIE	ANDREA	VERGEL	CAMILA	LEISSON	LORENA
23	1	1	1	1	1	1	1	1
24	1	1	1	1	1	1	1	1
25	1	1	1	1	1	1	1	1
26	1	1	1	1	1	1	1	1
27	1	1	1	1	1	1	1	1
28	1	1	1	1	1	1	1	1
29	1	1	1	1	1	1	1	1
30	1	1	1	1	1	1	1	1
31	1	1	1	1	1	1	1	1



MODERA TU LENGUAJE

CONTROL ALCANCIA

SEMANA	VERGEL	ISA MARCE	JAVIER	ANDREA	VERGEL	CAMILA	LEISSON	LORENA
1								
2								
3								
4								
5								

ACTIVIDAD 9: JORNADA DIDÁCTICA.





