	<b>UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA</b>			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	F-AC-DBL-007	10-04-2012	A
Dependencia	Aprobado			
DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	SUBDIRECTOR ACADEMICO	Pág. 1(39)		

## RESUMEN TRABAJO DE GRADO

AUTORES	LAURA MARCELA PAREDES ALVAREZ		
FACULTAD	EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES		
PLAN DE ESTUDIOS	COMUNICACIÓN SOCIAL		
DIRECTOR	MARY RAMONA BOHORQUEZ		
TÍTULO DE LA TESIS	IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA COMUNICATIVA DE MEDIOS ALTERNATIVOS PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA UNIDAD TÉCNICA AMBIENTAL DE LA ALCALDÍA MUNICIPAL DE OCAÑA, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.		
<b>RESUMEN (70 palabras aproximadamente)</b>			
<p>EN ESTA TESIS DE GRADO CON MODALIDAD PASANTÍA REALIZADA EN LA UNIDAD TÉCNICA AMBIENTAL DE LA ALCALDÍA MUNICIPAL DE OCAÑA, PODEMOS ENCONTRAR VARIOS ASPECTOS COMO LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA COMUNICATIVA PARA MEJORAR LAS COMUNICACIONES INTERNAS Y EXTERNAS DE ESTE ENTE DESCENTRALIZADO, Y TAMBIÉN DAR A CONOCER EL TRABAJO Y LAS ACTIVIDADES DE LA UTA A TRAVÉS DE MEDIOS ALTERNATIVOS</p>			
<b>CARACTERÍSTICAS</b>			
PÁGINAS: 40	PLANOS: 0	ILUSTRACIONES: 0	CD-ROM:1



VÍA ACOLSURE, SEDE EL ALGODONAL. OCAÑA N. DE S.

Linea Gratuita Nacional 018000121022 / BOM 007 5669000

[www.utpsa.edu.co](http://www.utpsa.edu.co)



**IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESTRATÉGIA COMUNICATIVA DE MEDIOS  
ALTERNATIVOS PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA UNIDAD TÉCNICA  
AMBIENTAL DE LA ALCALDÍA MUNICIPAL DE OCAÑA, EN LOS MEDIOS DE  
COMUNICACIÓN.**

**LAURA MARCELA PAREDES ALVAREZ**

**Director(a)**

**MARY RAMONA BOHÓRQUEZ**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA  
FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES  
COMUNICACIÓN SOCIAL  
OCAÑA  
2016**

**IMPLEMENTACION DE UNA ESTRATÉGIA COMUNICATIVA DE MEDIOS  
ALTERNATIVOS PARA EL POCISIONAMIENTO DE LA UNIDAD TÉCNICA  
AMBIENTAL DE LA ALCALDÍA MUNICIPAL DE OCAÑA, EN LOS MEDIOS DE  
COMUNICACIÓN.**

**LAURA MARCELA PAREDES ÁLVAREZ**

**Trabajo bajo modalidad pasantías para optar el título de comunicador social.**

**Director(a)**

**MARY RAMONA BOHÓRQUEZ**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA  
FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES  
COMUNICACIÓN SOCIAL  
OCAÑA  
2016**

## CONTENIDO

	Pág.
<u>INTRODUCCIÓN</u>	10
<u>1 IMPLEMENTACION DE UNA ESTRATÉGIA COMUNICATIVA DE MEDIOS ALTERNATIVOS PARA EL POCISIONAMIENTO DE LA UNIDAD TÉCNICA AMBIENTAL DE LA ALCALDÍA MUNICIPAL DE OCAÑA, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN</u>	11
<u>1.1 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA</u>	11
1.1.1 Misión	12
1.1.2 Visión	12
1.1.3 Valores institucionales	12
1.1.4 Objetivos de la UTA	12
1.1.5 Descripción de la estructura organizacional de la empresa	13
1.1.6 Descripción de la dependencia a la que fue asignada	14
<u>1.2 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE LA EMPRESA</u>	14
1.2.1 Planteamiento Del Problema	16
<u>1.3 OBJETIVOS DE LA PASANTÍA</u>	17
1.3.1 Objetivo General	17
1.3.2 Objetivo Específico	17
<u>1.4 DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES A DESARROLLAR EN PASANTÍAS</u>	17
<u>1.5 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES</u>	28
<u>2. ENFOQUES REFERENCIALES</u>	21
2.1 <u>Enfoque Conceptual</u>	21
2.2 <u>Enfoque Legal</u>	22
<u>3. INFORME DEL CUMPLIMIENTO DE TRABAJO</u>	27
3.1 <u>PRESENTACIÓN DE RESULTADOS</u>	27
<u>4. DIAGNÓSTICO FINAL</u>	31
<u>5. CONCLUSIONES</u>	32
<u>6. RECOMENDACIONES</u>	33
<u>BIBLIOGRAFIA</u>	34
<u>REFERENCIAS DOCUMENTALES ELECTRÓNICAS</u>	35
<u>ANEXOS</u>	36

## LISTA DE FIGURAS

	<b>Pág.</b>
<b>Figura 1.</b> Símbolo de la Unidad Técnica Ambiental Ocaña	11
<b>Figura 2.</b> Estructura organizacional de la Unidad Técnica Ambiental	13

## LISTA DE CUADROS

	<b>Pág.</b>
<b>Cuadro 1.</b> Matriz Dofa	14
<b>Cuadro 2.</b> Descripción de las actividades a desarrollar	17
<b>Cuadro 3.</b> Cronograma de actividades	18

## LISTA DE ANEXOS

	<b>Pág.</b>
<b>Anexo 1.</b> Valla para prevenir el uso de la pólvora	37
<b>Anexo 2.</b> Folleto	37
<b>Anexo 3.</b> Rompetrafico	37

## **RESUMEN**

El presente informe contiene, el resultado de la pasantía, llevada a cabo en La Unidad Técnica Ambiental, durante el segundo semestre del año 2015. Este informe fue titulado: “implementación de una estrategia comunicativa de medios alternativos para el posicionamiento de la Unidad Técnica Ambiental de la Alcaldía municipal de Ocaña, en los medios de comunicación y la comunidad en general”. Este trabajo se realizó con el fin de dar a la UTA el reconocimiento que requiere, no solo a través de los medios de comunicación, sino en forma directa hacia la comunidad urbana y rural del Municipio de Ocaña. Las actividades que se llevaron a cabo cotidianamente, contribuyeron al cuidado y conservación del medio ambiente. Estos se situaron en: controles de escombros en vía pública; jornadas de limpieza, educación ambiental, campañas de ahorro del agua; estas son acciones que se darán a conocer a través de esta propuesta comunicativa.

Para dar cumplimiento a los objetivos propuestos se trabajó con la comunidad, implementando varias actividades en algunos sectores e instituciones del municipio; a través de los mismos se lograra crear conciencia y valores ambientales para el cuidado del medio ambiente.



## INTRODUCCIÓN

La comunicación es uno de los elementos más importantes dentro del desarrollo de una organización, sin una correcta comunicación es imposible lograr metas y aumentar la productividad de la empresa.

La comunicación interna aporta en muchos aspectos de la organización, y sirve como herramienta de motivación de los empleados para construir y fortalecer la identidad corporativa; de igual manera la comunicación externa se orienta la comunicación de la organización con el exterior, Este conjunto de elementos comunicativos ayudan a comprender las necesidades de los distintos públicos objetivos.

A través de la comunicación interna y externa, se propicia la coordinación de actividades entre los individuos que participan y posibilitan el alcance de las metas. Está comprobado que más de diez problemas entre las personas, son el resultado de una mala comunicación. Dentro de cualquier organización se necesita el constante uso de la comunicación, cuando se pretende promover actitudes favorables de los públicos a la organización, los cuales son indispensables para que esta subsista y se desarrolle.

# 1. IMPLEMENTACION DE UNA ESTRATÉGIA COMUNICATIVA DE MEDIOS ALTERNATIVOS PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA UNIDAD TÉCNICA AMBIENTAL DE LA ALCALDÍA MUNICIPAL DE OCAÑA, EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

## 1.1 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

La Unidad técnica ambiental (UTA) del municipio de Ocaña fue creada mediante el acuerdo 070 del 31 de diciembre de 1998, Se creó como una dependencia de la administración municipal, tiene por objeto la coordinación y gestión ambiental municipal y regional, así como la elaboración, promoción y ejecución de planes, programas, proyectos y campañas de tipo socio-ambiental a la población, conservación de los recursos naturales, para que de esta manera el municipio de Ocaña tenga desarrollo sostenible con el medio ambiente.

La Unidad Técnica Ambiental es una persona jurídica de orden municipal, dotada de autonomía administrativa, presupuestal y financiera. Sus actuaciones se ejecutarán a los reglamentos. Es en consecuencia, sujeto de los derechos y obligaciones inherentes a la personalidad jurídica, de conformidad, con las normas generales que para este tipo de actividades le sea posible.

**Figura 1.** Símbolo de la Unidad Técnica Ambiental Ocaña



Unidad técnica ambiental

**Fuente:** Unidad Técnica Ambiental

### 1.1.1 Misión

La Unidad Técnica Ambiental (UTA) trabaja en proyectos y obras que garantizan a la ciudadanía ocañera y sus visitantes, un medio ambiente sano y a su vez contribuyen al mejoramiento de la calidad de vida y la población en general, defendiendo y dignificando la vida en todas sus manifestaciones.

### 1.1.2 Visión

Entregar a las futuras generaciones un ambiente sano en el cual se desarrolle y se disfrute de una ciudad ecológicamente autosuficiente, encaminada a cultivar y acrecentar su patrimonio ambiental.

### 1.1.3 Valores Institucionales

La Unidad Técnica Ambiental (UTA)

- **El Respeto:** es uno de los valores morales más importantes para el ser humano, este es fundamental para lograr una armoniosa interacción social.
- **La equidad:** es un valor que implica justicia e igualdad, uso de la imparcialidad para reconocer el derecho de cada persona.
- **La Motivación:** es el conjunto de estímulos o incentivos que mueven a una persona, es sentir la fuerza interna para actuar de determinado modo, es la sensación de poder por llegar a una meta.
- **La Participación:** crea un vínculo entre nuestros valores y hábitos culturales y este se traduce en compromiso con nosotros mismos y con la sociedad.
- **La Identidad:** es el reconocimiento que hacemos de nosotros mismos, son los rasgos colectivos que nos identifican.
- **La Cultura:** incluye el conocimiento, el arte, las creencias, la ley, la moral, las costumbres y todos los hábitos y habilidades adquiridos por el hombre.

### 1.1.4 Objetivos de la uta

**Objetivo General.** Elaborar, promover, fomentar, encauzar, coordinar, ejecutar planes, programas, proyectos y actividades referentes a la conservación y sanidad del medio ambiente y de los recursos hídricos, del suelo y subsuelo.

#### **Objetivos Específicos.**

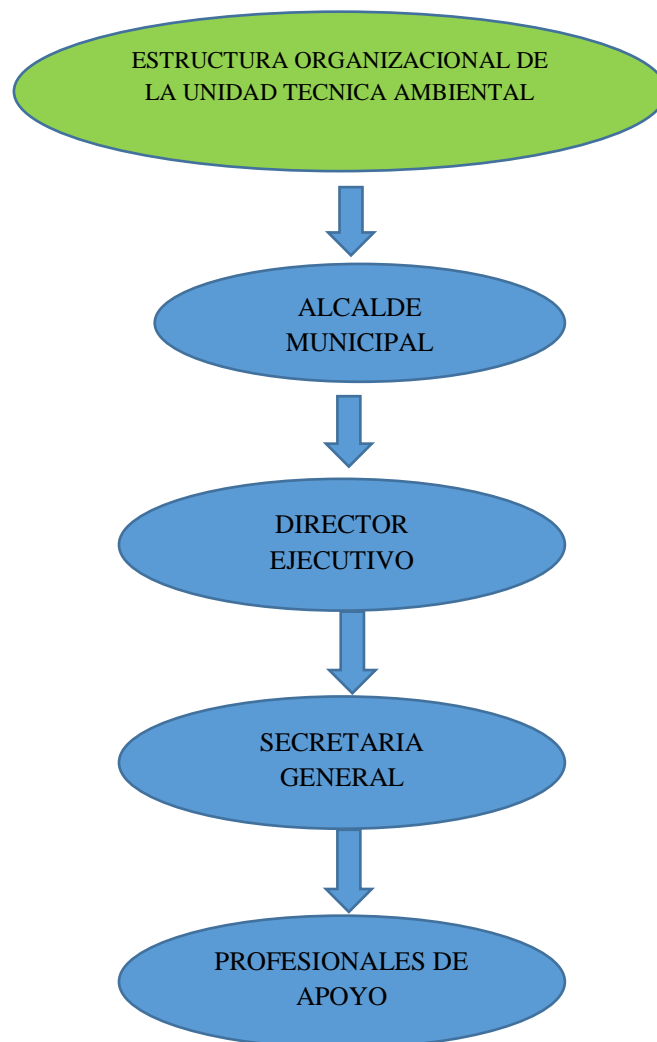
- Establecer convenios de manera conjunta, bilateral o mixta con organismos, entidades y empresas nacionales o extranjeras que se vinculen con el municipio o la región.

- Ejercer el control y vigilancia sobre el Matadero Municipal o suscribir convenios para su administración.

### 1.3 Descripción de la estructura organizacional.

La unidad técnica ambiental UTA está conformada Por un jefe directo que es el Alcalde Municipal, seguido del Director Ejecutivo, el Ingeniero Ambiental René Alejandro Carvajalino Reyes, La secretaria general, y los profesionales de apoyo.

**Figura 2:** estructura organizacional de la empresa



**Fuente:** el autor

### **1.1.5 DESCRIPCIÓN DE LA DEPENDENCIA A LA QUE FUE ASIGNADA**

Actualmente la administración municipal a través del ente descentralizado (UTA) Unidad Técnica Ambiental adelanta dentro de sus funciones, actividades que contribuyen al cuidado del medio ambiente; se utilizan varios medios para la divulgación de estas como (radio, televisión y redes sociales) estos son los principales canales para emitir mensajes de la importancia de cuidar el medio ambiente para mejorar la calidad de vida de los ocañeros. La realización de boletines de prensa, actualización de redes sociales, cartelera, actividades diarias como la educación ambiental son algunas de las tareas del comunicador dentro de la (UTA).

“Implementación de una estrategia comunicativa de medios alternativos para el posicionamiento de la unidad técnica ambiental de la alcaldía municipal de Ocaña, en los medios de comunicación y la comunidad en general” es un proyecto a realizar que tiene como objetivo dar a conocer el trabajo y las actividades que se realizan en la (UTA) y así crear conciencia y valores ambientales para que todos contribuyamos y pongamos un granito de arena al medio ambiente.

### **1.2 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL DE LA EMPRESA**

Para la realización de la pasantía en la Unidad Técnica Ambiental de la Alcaldía Municipal de Ocaña, es necesario conocer el estado actual de la empresa, permitiendo una orientación a la hora de implementar el trabajo y así lograr de manera eficaz y eficiente este proceso.

El primer paso es hacer una matriz DOFA para determinar las debilidades y fortalezas (situación interna) y las amenazas y oportunidades (situación externa) y a partir de allí la estrategia propuesta llevarla a cabo.

**Cuadro 1.** Matriz Dofa

	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
--	-------------------	--------------------

<p style="text-align: center;"><b>INTERNO</b></p> <p style="text-align: center;"><b>EXTERNO</b></p>	<p>Cuenta con personal capacitado para el desarrollo de las actividades.</p> <p>Realización de campañas para el ahorro y cuidado del recurso hídrico.</p> <p>La educación ambiental en las diferentes instituciones del Municipio.</p> <p>Proyectos ambientales de gran importancia como la adquisición de áreas estratégicas para la conservación del medio ambiente.</p>	<p>Falta de la divulgación de las actividades que se realizan en la UTA.</p> <p>Falta de recursos económicos para suplir las necesidades internas.</p> <p>Manejo de las comunicaciones internas dentro de la empresa.</p> <p>Falta de orden en el establecimiento o asignación de las diferentes actividades a los trabajadores de la UTA.</p>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>ESTRATEGIA FO</b>	<b>ESTRATEGIA DO</b>
<p>Proyección de una imagen positiva y apropiada de las DSEE actividades realizadas en la UTA.</p> <p>Desarrollo y ejecución de proyectos ambientales que favorezcan a la población rural del Municipio.</p> <p>Acercamiento a la comunidad, para generar valores ambientales, a través de campañas para el cuidado del medio ambiente y difusión de éstos a través de los diferentes medios alternativos.</p>	<p>Concientizar a las diferentes comunidades, sobre la importancia del medio ambiente para la vida del ser humano.</p> <p>A través de la implementación de actividades como el cine ecológico, donde se proyecta una película infantil que deje un mensaje no solo a los niños, sino también a los adultos, campañas con material didáctico como cartillas y folletos, charlas sobre el cuidado del medio ambiente.</p>	<p>Generar conocimiento y así mismo valores ambientales, para que aprendan sobre la clasificación de residuos, ahorro del agua, contaminación a los ríos; a través de campañas ambientales como: “yo también ahorro agua”, educación ambiental, siembra de árboles y campañas de limpieza, campañas con los trabajadores de la UTA y la administración en general.</p>

AMENAZAS	ESTRATEGIA FA	ESTRATEGIA DA
Contaminación, tala de árboles, realización de quemas a bosques, contaminación a los ríos y quebradas, falta de conciencia por los habitantes para reciclar, entre otras actividades que atentan contra el medio ambiente.	Reducir el alto porcentaje de talas y quemas de bosques en zona rural del municipio de Ocaña; a través de algún medio alternativo, como es la radio para que penetre en todos los rincones y así mismo se pueda informar acerca del mal estado en que se encuentra el medio ambiente y lo importante que es evitar las talas y quemas de los bosques para una mejor calidad de vida.	Informar a los sectores del Municipio de Ocaña de la importancia que tiene el medio ambiente y como debemos cuidarlo; a través de medios alternativos como (reportajes gráficos) y de igual manera un programa radial en alguna emisora donde se lleven a cabo (crónicas, notas editadas, noticias, entrevistas) etc. Con el apoyo del personal de la Unidad Técnica Ambiental y la Policía ambiental.

**Fuente:** Pasante Comunicación social

### 1.2.1 Planteamiento del problema

La Unidad Técnica Ambiental de la Alcaldía Municipal de Ocaña, siendo un ente descentralizado, encargado de temas ambientales del Municipio, atiende quejas de la comunidad por diferentes situaciones como contaminación auditiva, problemas de basuras, y contaminación de los ríos.

En la UTA se han realizado proyectos de gran importancia como la adquisición de áreas estratégicas para la conservación y el cuidado del medio ambiente y a pesar de contar con estos proyectos y gran variedad de actividades, existen falencias en su proceso de desarrollo comunicativo y la falta de identidad corporativa que permita una mayor divulgación de los trabajos realizados.

Esta situación se debe a la escasa divulgación de los procesos de comunicación, lo que genera un menor impacto de las actividades realizadas, tanto para la población urbana como para los habitantes de la zona rural.

A pesar de contar con variedad de actividades como: operativos nocturnos, siembra de árboles, campañas de limpieza, controles a escombros en vía pública, controles de

perifoneo, aguas residuales entre otros; hay que resaltar el trabajo de la UTA porque está aportando un granito de arena y contribuyendo para disminuir actividades generadas por la misma comunidad que contaminan aún más al medio ambiente.

Por tal razón se hace necesario el desarrollo de una estrategia comunicativa de medios alternativos, para el posicionamiento de la Unidad Técnica Ambiental de la Alcaldía Municipal de Ocaña en los medios de comunicación, en la comunidad urbana y rural, donde se implementara (reportajes gráficos, un programa de radio, crónicas, notas editadas, entrevistas y noticias) y así se dará a conocer el trabajo de la UTA a la comunidad, a través de los diferentes medios locales del Municipio.

### **1.3 OBJETIVOS DE LA PASANTIA**

#### **1.3.1 Objetivo General**

Implementar una estrategia comunicativa de medios alternativos, para el posicionamiento de la Unidad Técnica Ambiental de la Alcaldía Municipal de Ocaña en los medios de comunicación y la comunidad en general.

#### **1.3.2 Objetivos Específicos**

Diagnosticar la situación actual de las comunicaciones externas e internas de la UTA.

Difundir las actividades de la UTA, a través de diferentes medios alternativos.

Concientizar a la comunidad del daño que se le está haciendo al medio ambiente, a través de diferentes medios alternativos.

### **1.4 DESCRIPCION DE LAS ACTIVIDADES A DESARROLLAR EN PASANTÍAS**

**Cuadro 2.** Descripción de las actividades a desarrollar

<b>OBJETIVO GENERAL</b>	<b>OBJETIVOS ESPECIFICOS</b>	<b>ACTIVIDADES A DESARROLLAR EN LA EMPRESA.</b>
<b>Implementar una estrategia comunicativa de medios alternativos, para el</b>	Diagnosticar la situación actual de las comunicaciones externas e internas de la UTA.	<b>Actividad 1:</b> Revisar las condiciones en las cual se encuentra las comunicaciones en la oficina de la UTA. <b>Actividad 2:</b> Realizar un seguimiento de las actividades y revisar el impacto que tienen






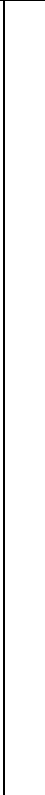
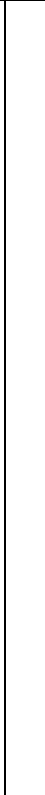
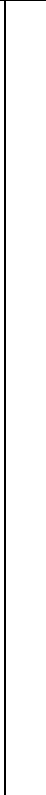
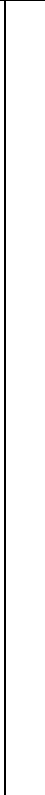
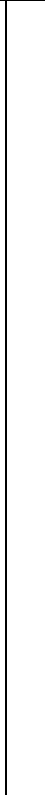
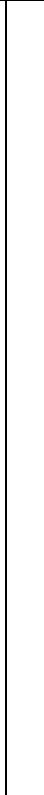
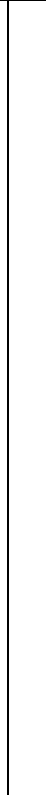
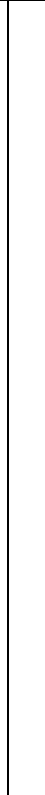
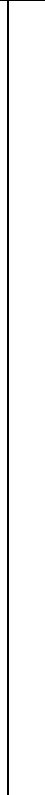
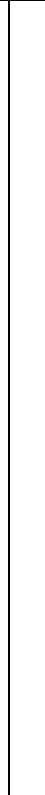
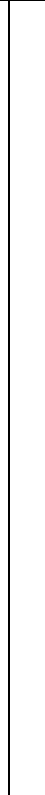
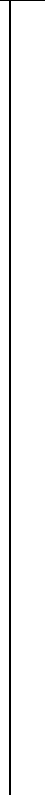
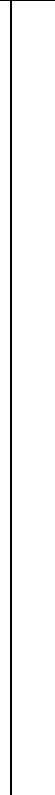


















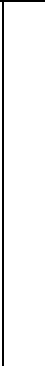












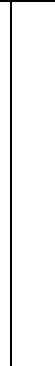
<b>posicionamiento de la Unidad Técnica Ambiental de la Alcaldía Municipal de Ocaña en los medios de comunicación y la comunidad en general.</b>		
	Difundir las actividades de la UTA, a través de diferentes medios alternativos	<b>Actividad 3:</b> Reportajes gráficos.  <b>Actividad 4:</b> crónicas, notas editadas, entrevistas, noticias.
	Concientizar a la comunidad del daño que se le está haciendo al medio ambiente, a través de diferentes medios Alternativos.	<b>Actividad 5:</b> Campañas de educación ambiental, ahorro del agua, limpieza a parques y Ríos.

Fuente: Pasante

### 1.5 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

**Cuadro 3.** Cronograma de actividades

		MES 1				MES 2				MES 3				MES 4			
<b>OBJETIVOS ESPECIFICOS</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4

<p>Diagnosticar la situación actual de las comunicaciones externas e internas de la UTA.</p>	<p><b>ACTIVIDAD1</b></p> <p>Revisar las condiciones en las cual se encuentra las comunicaciones en la oficina de la UTA.</p> <p><b>ACTIVIDAD2</b></p> <p>Realizar un seguimiento de las actividades y revisar el impacto que tienen</p>																
<p>Difundir las actividades de la UTA, a través de diferentes medios alternativos</p>	<p><b>Actividad 3</b> Reportajes gráficos.</p> <p><b>Actividad 4</b> crónicas, notas editadas, entrevistas, noticias.</p>																
<p>Concientizar a la comunidad del daño que se le está haciendo al medio ambiente, a través de diferentes medios Alternativos.</p>	<p><b>Actividad 5:</b> Campañas de educación ambiental, ahorro del agua, limpieza a parques y Ríos.</p>																

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Fuente: Pasante

## 2. ENFOQUES REFERENCIALES

### 2.1 Enfoque conceptual

Aplicar procesos de comunicación en las organizaciones de manera paralela a los de producción y de forma transversal a las áreas que conforman una empresa no sólo mejora la productividad, sino que vuelven los ambientes laborales más transparentes y eleva el nivel de calidad de vida de los miembros de una empresa.

En los últimos años la gestión de la comunicación organizacional ha experimentado un amplio desarrollo en el mundo. En la actualidad, un gran número de empresas ha señalado la importancia de integrar la comunicación en sus planes corporativos; por eso ya no es extraño encontrar áreas en las organizaciones dedicadas a armonizar la comunicación con sus diferentes públicos. Aunque la responsabilidad de comunicar no recae sólo en un sector, sino que es una labor de todo el equipo de trabajo de la organización, éste es un buen indicador para este desarrollo.

La comunicación, como eje estratégico, es el sustento, la guía y el centro en torno al cual gira la dinámica organizacional. Por tal motivo, supone para la organización inscribir todos sus procesos administrativos, productivos, comerciales, etc.

Este fue el marco temático del Primer Congreso Internacional de Comunicación Organizacional que se llevó a cabo el 15, 16 y 17 de mayo en Bogotá Colombia. Este congreso giro en torno al análisis de la gestión integral y estructurada de la comunicación en las organizaciones, el cual se desarrolló en dos núcleos: los nuevos enfoques y la gestión integral de la comunicación en las organizaciones.

“Con la entrada en escena de los procesos de comunicación se pone de manifiesto lo que nadie discute: su importancia en toda actividad social y económica”, señaló en una de sus conferencias el español Joan Costa, al precisar que “también se pone en evidencia que muy pocos dentro de una empresa comprenden que la comunicación aplicada es un nuevo y poderoso instrumento estratégico y de gestión en las organizaciones”.

Para Costa, “el producto de la economía industrial deja su lugar a la marca, que pasa a la noción activa de imagen de marca; pero si la marca está adherida físicamente al producto, la imagen de marca sobrepasa el producto y se incrusta en la memoria del público; así se redescubre la empresa, oculta detrás de sus productos, en lo que llamamos imagen que es la que finalmente ampara todas las actuaciones y producciones de la compañía”.

En el marco conceptual se tendrán en cuenta los conceptos de mayor importancia dando así un mayor conocimiento del tema tratado.

**MEDIOS ALTERNATIVOS** son posibilidades que están al alcance de toda organización o comunidad que quiera fortalecer la comunicación entre sus miembros. Se les llama "alternativos" porque son alternativas frente a los medios de información masivos como la radio, la televisión y la prensa, que a veces no están a nuestro alcance por los

requerimientos técnicos y económicos que representan. La creación de medios alternativos es útil, no sólo para mejorar la circulación de información, sino que fomenta la participación y la unión entre los miembros de una comunidad u organización, ya que podemos apropiarnos con mayor facilidad de ellos y utilizarlos como canales de expresión para nosotros y los demás.

Algunos ejemplos como: Faxes, Carritos de compras con vídeo en las tiendas comerciales, protectores de pantallas de computadoras, discos compactos, anuncios que pasan antes de las películas en los cines, rompe tráfico, etc.

**COMUNICACIÓN INTERNA** Es el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros.

**COMUNICACIÓN EXTERNA** Se define como el conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización hacia sus diferentes públicos externos, encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos, a proyectar una imagen favorable o a promover sus productos y servicios.

**ESTRATEGIA COMUNICATIVA:** Es un enfoque ante todo estratégico, no inmediatista, que se basa en el diálogo y en la participación colectiva, de modo que los intereses y la sociedad en su conjunto se expresen a través de las propias voces de las comunidades, diversas cultural y socialmente que conforman la sociedad.

---

<http://www.periodismo.uchile.cl/talleres/teoriacomunicacion/archivos/lasswell.pdf>

<http://www.uhu.es/cine.educacion/articulos/podercomunicacion.htm>

<http://www.gestiopolis.com/conceptos-de-comunicacion-organizacional/>

<http://es.slideshare.net/irinaalejandra/hacia-una-teoria-general-de-la-estrategia>

<http://www.significados.com/comunidad/>

## 2.2 [Enfoque legal](#)

La implementación de una estrategia comunicativa para la (UTA) es de vital importancia para tener una comunicación fluida, eficaz y organizada dentro de la empresa, es necesario analizar el contexto legal de las comunicaciones en la empresa.

**Constitución Política de Colombia. Artículo 20.** Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación. Estos son libres y tienen responsabilidad social.

**Ley 1016 de 2006 del Congreso de la República. Por la cual se adoptan normas legales, con meros propósitos declarativos, para la protección laboral y social de la actividad**

**periodística y de comunicación a fin de garantizar su libertad e independencia profesional.**

**ARTÍCULO 5o. EFECTOS LEGALES.** Las normas legales que amparan el ejercicio del periodismo serán aplicables en su integridad a los profesionales que ejercen dicha actividad bajo las distintas denominaciones de que trata la presente ley.

**Ley 1341 30 de julio de 2009. “Por la cual se definen principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las tecnologías de la información y las comunicaciones – TIC-, se crea la agencia de espectro y se dictan otras disposiciones”**

**Artículo 1°. Objeto.** La presente ley determina el marco general para la formulación de las políticas públicas que regirán el sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, su ordenamiento general, el régimen de competencia, la protección al usuario, así como lo concerniente a la cobertura, la calidad del servicio, la promoción de la inversión en el sector y el desarrollo de estas tecnologías, el uso eficiente de las redes y del espectro radioeléctrico, así como las potestades del Estado en relación con la planeación, la gestión, la administración adecuada y eficiente de los recursos, regulación, control y vigilancia del mismo y facilitando el libre acceso y sin discriminación de los habitantes del territorio nacional a la Sociedad de la Información.

**1. Prioridad al acceso y uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.** El Estado y en general todos los agentes del sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones deberán colaborar, dentro del marco de sus obligaciones, para priorizar el acceso y uso a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en la producción de bienes y servicios, en condiciones no discriminatorias en la conectividad, la educación, los contenidos y la competitividad.

**2. Libre competencia.** El Estado propiciará escenarios de libre y leal competencia que incentiven la inversión actual y futura en el sector de las TIC y que permitan la concurrencia al mercado, con observancia del régimen de competencia, bajo precios de mercado y en condiciones de igualdad. Sin perjuicio de lo anterior, el Estado no podrá fijar condiciones distintas ni privilegios a favor de unos competidores en situaciones similares a las de otros y propiciará la sana competencia.

**3. Uso eficiente de la infraestructura y de los recursos escasos.** El Estado fomentará el despliegue y uso eficiente de la infraestructura para la provisión de redes de telecomunicaciones y los servicios que sobre ellas se puedan prestar, y promoverá el óptimo aprovechamiento de los recursos escasos con el ánimo de generar competencia, calidad y eficiencia, en beneficio de los usuarios, siempre y cuando se remunere dicha infraestructura a costos de oportunidad, sea técnicamente factible, no degrade la calidad de servicio que el propietario de la red viene prestando a sus usuarios y a los terceros, no afecte la prestación de sus propios servicios y se cuente con suficiente infraestructura, teniendo en cuenta la factibilidad técnica y la remuneración a costos eficientes del acceso a dicha infraestructura. Para tal efecto, dentro del ámbito de sus competencias, las entidades del orden nacional y territorial están obligadas a adoptar todas las medidas que sean

necesarias para facilitar y garantizar el desarrollo de la infraestructura requerida, estableciendo las garantías y medidas necesarias que contribuyan en la prevención, cuidado y conservación para que no se deteriore el patrimonio público y el interés general.

**4. Protección de los derechos de los usuarios.** El Estado velará por la adecuada protección de los derechos de los usuarios de las Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones, así como por el cumplimiento de los derechos y deberes derivados del Hábeas Data, asociados a la prestación del servicio. Para tal efecto, los proveedores y/u operadores directos deberán prestar sus servicios a precios de mercado y utilidad razonable, en los niveles de calidad establecidos en los títulos habilitantes o, en su defecto, dentro de los rangos que certifiquen las entidades competentes e idóneas en la materia y con información clara, transparente, necesaria, veraz y anterior, simultánea y de todas maneras oportuna para que los usuarios tomen sus decisiones.

**7. El derecho a la comunicación, la información y la educación y los servicios básicos de las TIC.** En desarrollo de los artículos 20 y 67 de la Constitución Nacional el Estado propiciará a todo colombiano el derecho al acceso a las tecnologías de la información y las comunicaciones básicas, que permitan el ejercicio pleno de los siguientes derechos: La libertad de expresión y de difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, la educación y el acceso al conocimiento, a la ciencia, a la técnica, y a los demás bienes y valores de la cultura. Adicionalmente el Estado establecerá programas para que la población de los estratos desarrollará programas para que la población de los estratos menos favorecidos y la población rural tengan acceso y uso a las plataformas de comunicación, en especial de Internet y contenidos informáticos y de educación integral.

**8. Masificación del Gobierno en Línea.** Con el fin de lograr la prestación de servicios eficientes a los ciudadanos, las entidades públicas deberán adoptar todas las medidas necesarias para garantizar el máximo aprovechamiento de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en el desarrollo de sus funciones. El Gobierno Nacional fijará los mecanismos y condiciones para garantizar el desarrollo de este principio. Y en la reglamentación correspondiente establecerá los plazos, términos y prescripciones, no solamente para la instalación de las infraestructuras indicadas y necesarias, sino también para mantener actualizadas y con la información completa los medios y los instrumentos tecnológicos.

**Artículo 3°. Sociedad de la información y del conocimiento.** El Estado reconoce que el acceso y uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, el despliegue y uso eficiente de la infraestructura, el desarrollo de contenidos y aplicaciones, la protección a los usuarios, la formación de talento humano en estas tecnologías y su carácter transversal, son pilares para la consolidación de las sociedades de la información y del conocimiento.

**Artículo 4°. Intervención del Estado en el sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.** En desarrollo de los principios de intervención contenidos en la

Constitución Política, el Estado intervendrá en el sector las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para lograr los siguientes fines:

1. Proteger los derechos de los usuarios, velando por la calidad, eficiencia y adecuada provisión de los servicios.
2. Promover el acceso a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, teniendo como fin último el servicio universal.
3. Promover el desarrollo de contenidos y aplicaciones, la prestación de servicios que usen Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y la masificación del Gobierno en Línea.

**Artículo 5°. Las entidades del orden nacional y territorial y las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, TIC.** Las entidades del orden nacional y territorial promoverán, coordinarán y ejecutarán planes, programas y proyectos tendientes a garantizar el acceso y uso de la población, las empresas y las entidades públicas a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. Para tal efecto, dichas autoridades incentivarán el desarrollo de infraestructura, contenidos y aplicaciones, así como la ubicación estratégica de terminales y equipos que permitan realmente a los ciudadanos acceder a las aplicaciones tecnológicas que beneficien a los ciudadanos, en especial a los vulnerables y de zonas marginadas del país.

**Parágrafo 1°.** Las entidades de orden nacional y territorial incrementarán los servicios prestados a los ciudadanos a través del uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. El Gobierno reglamentará las condiciones en que se garantizará el acceso a la información en línea, de manera abierta, ininterrumpida y actualizada, para adelantar trámites frente a entidades públicas, inclusive en el desarrollo de procesos de contratación y el ejercicio del derecho al voto.

**Artículo 6°. Definición de TIC.** Las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (en adelante TIC), son el conjunto de recursos, herramientas, equipos, programas informáticos, aplicaciones, redes y medios, que permiten la compilación, procesamiento, almacenamiento, transmisión de información como voz, datos, texto, video e imágenes.

El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones junto con la CRC, deberán expedir el glosario de definiciones acordes con los postulados de la UIT y otros organismos internacionales con los cuales sea Colombia firmante de protocolos referidos a estas materias.

**Artículo 7°. Criterios de interpretación de la ley.** Esta ley se interpretará en la forma que mejor garantice el desarrollo de los principios orientadores establecidos en la misma, con énfasis en la promoción y garantía de libre y leal competencia y la protección de los derechos de los usuarios.

**Artículo 8°.** Las telecomunicaciones en casos de emergencia, conmoción o calamidad y prevención para dichos eventos. En casos de atención de emergencia, conmoción interna y



externa, desastres, o calamidad pública, los proveedores de redes y servicios de telecomunicaciones deberán poner a disposición de las autoridades de manera gratuita y oportuna, las redes y servicios y darán prelación a dichas autoridades en la transmisión de las comunicaciones que aquellas requieran. En cualquier caso se dará prelación absoluta a las transmisiones relacionadas con la protección de la vida humana. Igualmente darán prelación a las autoridades en la transmisión de comunicaciones gratuitas y oportunas para efectos de prevención de desastres, cuando aquellas se consideren indispensables.

Los proveedores de redes y servicios de telecomunicaciones deberán suministrar a las autoridades competentes, sin costo alguno, la información disponible de identificación y de localización del usuario que la entidad solicitante considere útil y relevante para garantizar la atención eficiente en los eventos descritos en el presente artículo.

**Parágrafo 1°. Adicionado por el art. 1, Decreto Nacional 4829 de 2010**

**Parágrafo 2°. Adicionado por el art. 1, Decreto Nacional 4829 de 2010**

**Parágrafo 3°. Adicionado por el art. 1, Decreto Nacional 4829 de 2010**

**Artículo 9°. El sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.** El sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones está compuesto por industrias manufactureras, comerciales y de servicios cuyos productos recogen, procesan, crean, transmiten o muestran datos e información electrónicamente.

### 3. INFORME DE CUMPLIMIENTO DE TRABAJO

#### 3.1 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

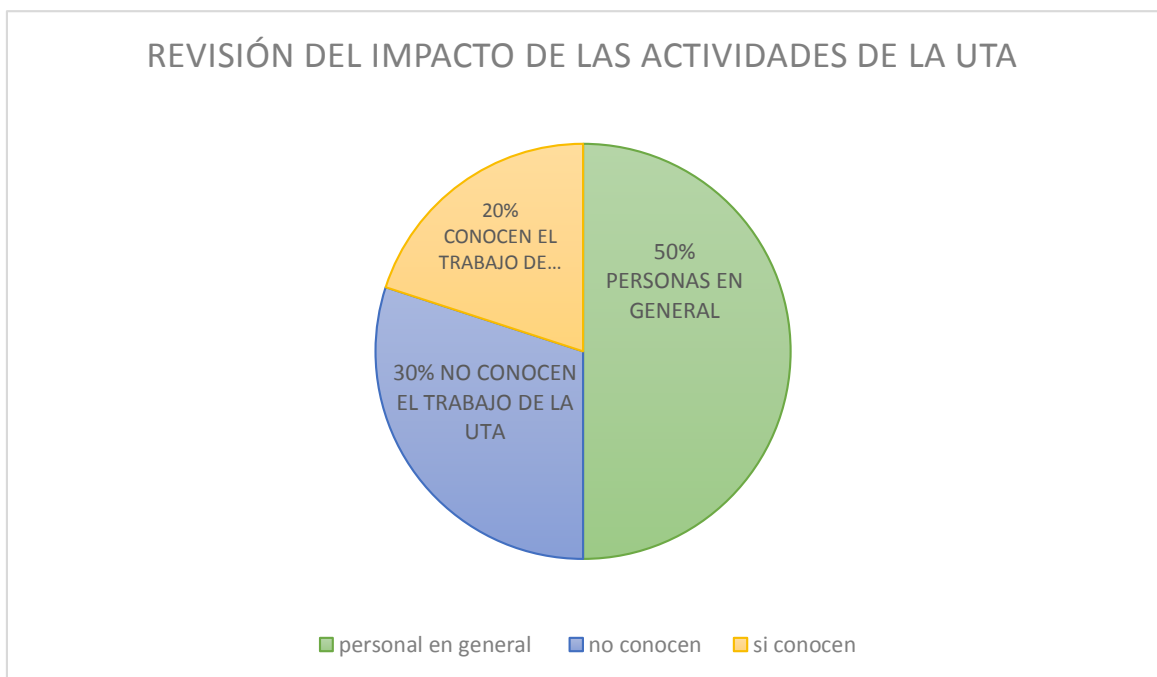
**Actividad 1.** Revisar las condiciones en las cual se encuentra las comunicaciones en la oficina de la UTA.

Se puede decir que al revisar las comunicaciones de la UTA encontramos algunos problemas o dificultades, porque dentro de esta entidad no existe una buena relación de los trabajadores, no había un cronograma de trabajo y faltaba un orden a la hora de realizar las tareas de cada uno, eso en cuanto a la comunicación interna y la comunicación externa encontramos que no hay una divulgación de las actividades que se hacen.

**Actividad 2.** Realizar un seguimiento de las actividades y revisar el impacto que tienen.

Se puede concluir que el seguimiento que se hizo a las actividades de un 50% el 20% conoce el trabajo de la UTA y el 30% no conocen ni participan en las actividades de la UTA.

**Grafica 1.** Revisión del impacto de las actividades de la uta



**Fuente:** Pasante

Para lograr estos resultados se realizó una observación al 50% de la localidad La Perla Santa Clara del Municipio donde se efectuó una actividad de cine al parque y solo el 20% asistieron a la charla lo que quiere decir que un 30% no conocen que actividades son las que realiza la UTA para la preservación del medio ambiente.

### Actividad 3

- ✓ Reportajes gráficos.

**Evidencia.** Reporte grafico



**Fuente:** Pasante

**Actividad 4.** Crónicas, notas editadas, entrevistas, noticias.

En la realización de estas actividades podemos observar que contribuyen a que la comunidad conozca a que se dedica la entidad descentralizada (UTA)

**Actividad 5.** Campañas de educación ambiental, ahorro del agua, limpieza a parques y Ríos.

La respuesta de la comunidad y las instituciones educativas del Municipio de Ocaña por las diferentes actividades fue muy buena ya que participaron y contribuyeron a cuidar el medio ambiente.

**Evidencia.** Escuela Marabel campañas educación ambiental



Fuente: Pasante Comunicación social

**Evidencia.** Actividad con niños de la comunidad campañas de ahorro del agua



Fuente: pasante comunciación social

### **Análisis general de todas las actividades.**

Durante el tiempo que duro la pasantía en la Unidad Técnica Ambiental (UTA) se realizaron diferentes actividades para dar cumplimiento a los objetivos trazados en el plan de trabajo; las campañas de educación ambiental, ahorro suficiente del agua y crear conciencia y valores ambientales a la comunidad fueron algunas de las tareas que diariamente se hacían para el cumplimiento de estos.

Realizar el diagnóstico de las comunicaciones internas y externas dentro de la empresa fue el primer paso, donde se pudo observar algunas falencias como la falta de un orden para la realización de las actividades y la falta de un cronograma de trabajo. Esto no permitía una buena comunicación dentro de la empresa.

De la comunicación externa podemos decir que es uno de las mayores dificultades en la (UTA) la comunidad no conocía el trabajo que hace esta entidad descentralizada por el medio ambiente; diferentes tareas tiene el comunicador dentro de una empresa teniendo siempre como objetivo mejorar las comunicaciones internas y externas de cualquier entidad.

Se hicieron varias actividades como charlas de educación ambiental que consistían en llegar a las diferentes Instituciones y hablarles a los estudiantes de la situación en la que está el medio ambiente y también se entregaba material como cartillas y folletos diseñadas por el comunicador; también se hizo el cine al parque donde proyectábamos una película y reuníamos a las personas de algunos sectores para darles algunos tips de cómo ahorrar agua y como reciclar, esta fue una de las actividades que tuvo más acogida en el Municipio; el diseño de vallas publicitarias, cartillas, pendones, afiches y rompe trafico también hicieron parte del desarrollo de la pasantía en la UTA.

Para concluir la implementación de medios alternativos fue un buen aporte a la UTA porque la comunidad mostraba interés para que estas actividades se realizaran en los sectores en los que no se habían realizado.

#### 4. DIAGNÓSTICO FINAL

Luego de estar 10 meses en la Unidad Técnica Ambiental (UTA) y de implementar los medios alternativos como estrategia de comunicación para mejorar las comunicaciones internas y externas y también el posicionamiento de esta entidad en los medios de comunicación pudimos observar que el resultado a este trabajo fue satisfactorio porque se cumplieron los objetivos trazados en este trabajo después de las actividades realizadas la comunidad y los medios comunicación conocen y resaltan el trabajo de la UTA.

A través de la comunicación se mejoró la comunicación interna de la UTA logrando un mejor ambiente de trabajo para todos los trabajadores, también se logró un acercamiento de la comunidad con la UTA donde se acercaban a la oficina para que se realizaran las actividades en los sectores que no se habían hecho.

El aporte como comunicadora social que le dejo a esta entidad es que en el Municipio de Ocaña y sus alrededores conocen el trabajo de la UTA y participan en las diferentes actividades como campañas ambientales.

Evaluando el impacto de las actividades podemos decir que las campañas surtieron el efecto que se quería en la comunidad, logrando el acompañamiento a estas por parte de los estudiantes, profesores y comunidad en general.

## 5. CONCLUSIONES

Al diagnosticar la situación actual de la empresa nos pudimos dar cuenta de las falencias que hay y cómo podemos dar solución implementando diferentes actividades, la comunicación interna se veía también afectada por la falta de un cronograma y un orden para resolver las actividades.

A través de los diferentes medios de comunicación se difundieron todas las actividades que se realizaron, campañas ambientales, educación ambiental entre otras, las redes sociales fueron de gran ayuda para lograrlo.

Con todas las campañas realizadas el objetivo de crear valores ambientales se logró más que todo en las instituciones con los estudiantes y estos transmitían el mensaje a sus familias, a través de medios alternativos.

Con el análisis realizado se fortaleció la parte interna y externa de la empresa.

.

## 6. RECOMENDACIONES

Se recomienda que en la unidad técnica ambiental se realice más el trabajo en equipo esto ayudara a fortalecer la comunicación interna de la entidad, llevar un orden en las actividades que se realizan.

Facilitar y dotar a la UTA de equipos para la difusión de las actividades que se realizan diariamente como cámaras fotográficas y computadores.

El personal que lleve a cabo las actividades como charlas en instituciones sea capacitado.

Llevar a cabo proyectos ambientales para la mejora del medio ambiente.

Reconocer la importancia de un departamento de comunicaciones dentro de la empresa, para optimizar los procesos comunicacionales tanto internos como externos.

Que al comunicador social se le asignen tareas de su ámbito, que se reconozca la importancia de su trabajo.



## BIBLIOGRAFIA

Miguel Túñez López Géneros: Empresa y Gestión Editorial: Comunicación Social Páginas en papel: 218

MANUAL DE COMUNICACIÓN Guía para gestionar el Conocimiento, la información y las relaciones humanas en empresas y organizaciones Carlos Ongallo Editorial Dykinson S.L. Madrid, 2007

El nuevo paradigma de comunicación organizacional y social. (Mex),Juanita Brown, David Isaacs y la Comunidad del World Café. Idioma, editorial: 2006. CECSA.

## REFERENCIAS DOCUMENTALES ELECTRÓNICAS

8 sept. 2008 - Para María Quintana la comunicación organizacional es “un flujo de  
<http://www.gestiopolis.com/conceptos-de-comunicacion-organizacional/>

HACIA UNA TEORÍA GENERAL DE LA ESTRATEGIA I PARTE. ... LinkedIn

SlideShare<http://es.slideshare.net/irinaalejandra/hacia-una-teoria-general-de-la-estrategia>

Para más detalle, véase la Introducción en Harold D.

Lasswell,<http://www.periodismo.uchile.cl/talleres/teoriacomunicacion/archivos/lasswell.pdf>

Artículos del autor · La educación en el cine

<http://www.uhu.es/cine.educacion/articulos/podercomunicacion.htm>

# ANEXOS

## Anexo1. Valla para prevenir el uso de la pólvora



# DISFRUTA ESTA NAVIDAD SIN PÓLVORA



**No compres pólvora, no cambies segundos de alegría, por muerte o cicatrices para toda la vida.**

Fuente: Pasante

## Anexo2. Folleto

### RIESGOS DEL USO DE LA PÓLVORA.

Nadie niega que los fuegos pirotécnicos son todo un espectáculo, y es así como en la ciudad los centros comerciales, el estado y otras entidades organizan eventos de este tipo. Como padres tenemos la responsabilidad de no incentivar el uso de esa pólvora en nuestros hijos. Motivemos que el goce de esta sea bajo la manipulación de los expertos.

Es responsabilidad de niños y de adultos prevenir que hayan más quemados por uso de la pólvora cada año.

La pólvora puede generar varios tipos de quemaduras:

- **QUEMADURA DE PRIMER GRADO:** son aquellas que presentan un ligero enrojecimiento en la piel, se dan por exposición al sol o por contacto con un objeto caliente.

- **QUEMADURA DE SEGUNDO GRADO:** aquella donde en la piel hay ampolla, el tejido destruido es más profundo. Es preciso recurrir al médico.

- **QUEMADURA DE TERCER GRADO:** lesionan tejidos profundos. Requiere atención del médico.



### DECRETO N° 310 (04 DE NOVIEMBRE DEL 2015)

“ POR MEDIO DEL CUAL SE RESTRINGE EL USO, MANIPULACIÓN, FABRICACIÓN, QUEMA, ALMACENAMIENTO, VENTA, TRANSPORTE Y DISTRIBUCIÓN DE PÓLVORA, ELEMENTOS PIROTÉCNICOS O FUEGOS ARTIFICIALES EN EL MUNICIPIO DE OCAÑA NORTE DE SANTANDER Y SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES”

EL ALCALDE MUNICIPAL DE OCAÑA, NORTE DE SANTANDER, en uso de sus atribuciones constitucionales y legales, en especial la que confiere los decretos N° 1355 de 1.970, 522 de 1.971, 4481 de 2006, Ley 136 de 1.994, Ley 670 de 2001.



### ENCIENDE LA VIDA APAGA LA POLVORA.

Una bebé de un año y medio de edad, en Soledad (Atlántico), se intoxicó con el fósforo blanco que consumió de un triquitraque. Según el reporte médico, está estable y bajo el cuidado de un centro pediátrico.

Un hombre mayor de edad, en el Valle, que murió tras sufrir quemaduras en más del 90 por ciento del cuerpo, la amputación del pie izquierdo y de la mano derecha.

Con parte de su rostro vendado, María\*, una niña de cinco años, escoge con su madre la ropa que va a estrenar en esta Navidad. Ella ve solo con el ojo derecho, porque el izquierdo lo perdió en la noche de la alborada.



Fuente: Pasante

## Anexo 3. Rompetrafico



**Fuente:** Pasante

Estos son algunos de los diseños que se hicieron para la UTA en el mes de diciembre para prevenir que las personas utilizaran la pólvora y pusieran en riesgo su vida.