

 Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña - Colombia Vicerrectoría Académica	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	F-AC-DBL-007	10-04-2012	A
Dependencia	Aprobado		Pág.	
DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	SUBDIRECTOR ACADEMICO		i(88)	

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	MILEIDYS TELLEZ CLAVIJO
FACULTAD	EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES
PLAN DE ESTUDIOS	COMUNICACIÓN SOCIAL
DIRECTOR	LICETH LILIANA ARÉVALO
TÍTULO DE LA TESIS	DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA EL CAMPO EXPERIMENTAL PALMAR DE LA SIERRA DE ZONA NORTE, DE LA CORPORACIÓN CENTRO DE INVESTIGACIÓN EN PALMA DE ACEITE (CENIPALMA)

RESUMEN

(70 palabras aproximadamente)

EL PRESENTE TRABAJO SE REALIZÓ EN EL CAMPO EXPERIMENTAL PALMAR DE LA SIERRA DE ZONA NORTE, DE LA CORPORACIÓN CENTRO DE INVESTIGACIÓN EN PALMA DE ACEITE (CENIPALMA) CON EL FIN DE DISEÑAR E IMPLEMENTAR UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA.

PARA LA CUAL, SE PLANTEARON LOS SIGUIENTES OBJETIVOS: REALIZAR UN DIAGNOSTICO SITUACIONAL ACTUAL DE LA COMUNICACIÓN INTERNA, DEFINIR LOS LINEAMIENTOS DE LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA Y FINALMENTE DESARROLLAR LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA EL CAMPO EXPERIMENTAL PALMAR DE LA SIERRA.

CARACTERÍSTICAS

PÁGINAS: 77	PLANOS:	ILUSTRACIONES:	CD-ROM: 1
-------------	---------	----------------	-----------



Vía Acolsure, Sede el Algodonal, Ocaña, Colombia - Código postal: 546552
 Línea gratuita nacional: 01 8000 121 022 - PBX: (+57) (7) 569 00 88 - Fax: Ext. 104
 info@ufpso.edu.co - www.ufpso.edu.co

Diseño e implementación de una estrategia de comunicación interna para el Campo Experimental
Palmar de la Sierra de Zona Norte, de la Corporación Centro de Investigación en Palma de
Aceite (Cenipalma)

Autor

Mileidys Téllez Clavijo

Trabajo de grado modalidad pasantías para optar al título de Comunicador Social

Directora

Esp. Liceth Liliana Arévalo Comunicadora Social

Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña

Facultad de Educación, Artes y Humanidades

Comunicación Social

Índice

Introducción.....	viii
Capítulo 1. Diseño e implementación de una estrategia de comunicación para elCampo Experimental Palmar de la Sierra de Zona Norte, de la CorporaciónCentro de Investigación en Palma de Aceite (Cenipalma).....	1
1.1. Descripción de la empresa	1
<i>1.1.1. Misión.....</i>	<i>3</i>
<i>1.1.2. Visión.</i>	<i>3</i>
<i>1.1.3. Valores institucionales.</i>	<i>4</i>
<i>1.1.4. Objetivos estratégicos.....</i>	<i>4</i>
<i>1.1.5. Descripción de la estructura organizacional.....</i>	<i>5</i>
<i>1.1.6. Descripción de la dependencia y/o proyecto al que fue asignado.....</i>	<i>7</i>
1.2. Diagnóstico inicial de la dependencia asignada	9
<i>1.2.1. Planteamiento del problema.....</i>	<i>13</i>
1.3. Objetivos de la pasantía	14
<i>1.3.1. Objetivo General.</i>	<i>14</i>
<i>1.3.2. Objetivos específicos.</i>	<i>14</i>
1.4. Descripción de las actividades a desarrollar	15
1.5. Cronograma de actividades	16
Capítulo 2. Enfoques referenciales	17
2.1. Enfoque conceptual	17
<i>2.1.1. Estrategias Comunicativas.....</i>	<i>17</i>
<i>2.1.2. Comunicación Interna.</i>	<i>18</i>

2.1.3. <i>Cultura organizacional</i>	19
2.1.4. <i>Clima organizacional</i>	19
Capítulo 3. Informe de cumplimiento de trabajo	20
3.1. Presentación De Resultados	20
3.1.1. <i>Diagnóstico de la situación actual de la comunicación interna del Campo Experimental Palmar de la Sierra</i>	20
3.1.2. <i>Definición de los lineamientos de la estrategia de comunicación interna que permitan fortalecer el proceso comunicativo del Campo Experimental Palmar de la Sierra</i>	31
3.1.3. <i>Desarrollar la estrategia de comunicación interna en el Campo Experimental Palmar de la Sierra</i>	32
Capítulo 4. Diagnóstico final	47
Conclusiones	48
Recomendaciones	49
Referencias	50
Apéndices	51

Lista de Tablas

Tabla 1. Metodología de observación directa.....	10
Tabla 2. Matriz DOFA.....	11
Tabla 3. Actividades por desarrollar en la pasantía	15
Tabla 4. Cronograma de Actividades de la Pasantía.....	16
Tabla 5. Resultado pregunta nueve.....	29
Tabla 6. Lineamientos de estrategia de comunicación	31
Tabla 7. Guion video corporativo.....	36
Tabla 8. Protocolo de eventos.....	44

Lista de figuras

Figura 1. Organigrama microadministrativo de la estructura organizacional Fedepalma. ..	5
Figura 2. Organigrama general de la estructura organizacional de Cenipalma.....	6
Figura 3. Resultado de la pregunta: ¿Conoce usted la cultura	21
Figura 4. Resultado de la pregunta: ¿Percibe usted un buen clima	22
Figura 5. Resultado de la pregunta: ¿Cree usted que la comunicación	23
Figura 6. Resultado de la pregunta: ¿Recibe usted algún tipo	24
Figura 7. ¿A través de qué canal de comunicación se entera	25
Figura 8. Resultado de la pregunta: ¿Qué canal de comunicación.....	26
Figura 9. ¿Su jefe inmediato le informa de manera oportuna	27
Figura 10. ¿Cree usted que existen dificultades para	28
Figura 11. Cartelera informativa.	33
Figura 12. Piezas gráficas.....	35
Figura 13. Pieza gráfica de la sección Área destacada / Fuente. Autor del Proyecto.	38
Figura 14. Pieza gráfica de la sección En los zapatos de... ..	39
Figura 15. Evidencia de capacitación: “Cómo escribir un artículo científico”.	41
Figura 16. Evidencia del taller: “Soy ficha clave”.	43
Figura 17. Evidencia de actividades para fortalecer el clima organizacional.	45
Figura 18. Reconocimientos al personal para generar sentido de pertenencia.....	46

Lista de apéndices

Apéndice A. Entrevista online a los empleados del Campo Experimental Palmar de la Sierra.....	52
Apéndice B. Diseño y actualización de la cartelera informativa.....	55
Apéndice C. Elaboración de piezas gráficas y audiovisuales (afiches, videos, etc.).....	57
Apéndice D. Realización de capacitaciones.	62
Apéndice E. Realización y organización de actividades para fortalecer el clima organizacional de la empresa.	68
Apéndice F. Diseño de piezas y reconocimientos al personal para generar sentido de pertenencia.	73

Resumen

El trabajo de grado presentado a continuación, bajo la modalidad de pasantía, tuvo como objetivo principal, “Diseñar e implementar una estrategia de comunicación interna que permita fortalecer la comunicación interna en el Campo Experimental Palmar de la Sierra”.

Con el fin de dar cumplimiento a este objetivo se realizó el diagnóstico de la situación actual de la comunicación interna de la empresa y una encuesta online al personal del Campo para conocer la efectividad de la comunicación interna.

Posteriormente, se implementó una estrategia de comunicación, fundamentada en las amenazas y debilidades encontradas en la matriz DOFA. Esta estrategia fue enfocada al fortalecimiento de la comunicación interna, mediante la creación de piezas gráficas y audiovisuales, capacitaciones y actividades para mejorar el clima organizacional.

Introducción

El trabajo “Diseño e implementación de una estrategia de comunicación interna para el Campo Experimental Palmar de la Sierra, Zona Norte.” permitió fortalecer la comunicación al interior de la organización, mediante la implementación de una estrategia comunicativa.

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 organización mejorar los flujos y sus canales de información interna. Para lograrlo se realizó la aplicación de diferentes metodologías que permitieron tener la información necesaria, realizar su respectivo análisis y finalmente obtener un diagnóstico asertivo que contribuya a un mejor desarrollo de sus objetivos como centro de investigación.

Es fundamental para una organización que se le suministre herramientas que le ayuden a su crecimiento organizacional, y se debe tener en cuenta que las comunicaciones cuentan con muchas influencias y poder; por tal razón, es importante aprovechar ciertas ayudas comunicativas para llegar al éxito empresarial.

Capítulo 1. Diseño e implementación de una estrategia de comunicación para el Campo Experimental Palmar de la Sierra de Zona Norte, de la Corporación Centro de Investigación en Palma de Aceite (Cenipalma)

1.1. Descripción de la empresa

La Federación Nacional de Cultivadores de Palma de Aceite (Fedepalma), es una organización gremial reconocida a nivel internacional, nacional y regional por su impacto en la competitividad, en la sostenibilidad ambiental y social del sector palmero, en el bienestar de los palmicultores colombianos y sus familias, y por su contribución, a través de ellos, al desarrollo económico y social de Colombia. (Cenipalma, 2018, pág. 1).

“Fedepalma fue creada en 1962, y está conformada por pequeños, medianos y grandes cultivadores de palma de aceite, quienes operan a escala empresarial y asociativa, incluyendo alianzas estratégicas, o individuales, al igual que por extractores de aceite de palma” (Cenipalma, 2018, pág. 1).

Según Cenipalma (2018), la creación de Cenipalma se dio de la siguiente forma:

En septiembre de 1990, mediante el XVIII Congreso de FEDEPALMA se creó el Centro de Investigación en Palma de Aceite CENIPALMA, el cual inició su funcionamiento legal a partir del primero de enero de 1991, es una corporación de carácter científico y técnico, sin fines de lucro, con el objetivo primordial de buscar soluciones a los

problemas tecnológicos que puedan afectar la estabilidad de las empresas dedicadas al cultivo o a la utilización de la palma de aceite Cenipalma cuenta con cuatro campos experimentales en las zonas palmeras del país con el fin de contribuir a la solución de los diferentes problemas de la agroindustria en las regiones, y donde Cenipalma desarrolla e implementa sus procesos de investigación y extensión en cuatro áreas entomología, fitopatología, fisiología y nutrición y plantas extractoras. (p. 1)

Según Cenipalma (2018), los campos experimentales se ubican en las siguientes zonas:

- Zona Central: El Palmar de la Vizcaína se encuentra ubicado en el Km. 32 Vía la Lizama, Corregimiento Peroles, Troncal del Magdalena Medio, Dirección Postal: Calle 50 N° 20 - 49 – Barrancabermeja.
- Zona Norte: El Palmar de la Sierra se encuentra ubicado en el Km. 66 Vía Santa Marta Fundación, Troncal de Oriente, Municipio de Zona Bananera – Magdalena.
- Zona Oriental: El Palmar de las Corocoras se encuentra ubicado en el Km.5 Vía Paratebueno – Cabuyaro, Municipio de Paratebueno – Cundinamarca.
- Zona Suroccidental: Ubicada a 4 kilómetros desde Tangareal, ubicada en la vía Tumaco-pasto por la carretera hacia Imbili Rio Mira. (p. 1)

“La entidad obtuvo su reconocimiento legal mediante la personería jurídica otorgada por la Alcaldía Mayor de Bogotá (Resolución N° 777) el 28 de octubre de 1991 y está inscrita en la Cámara de Comercio de Bogotá bajo el número S0003490” (Cenipalma, s.f., pág. 1).

El Centro se rige por los estatutos modificados en la sesión de la IX Sala General del cuatro de junio de 1999. Es el grupo de investigación 1A en palma de aceite, con el reconocimiento de Colciencias como centro de investigación, otorgado mediante la Resolución 859/11. (Cenipalma, s.f., pág. 1)

1.1.1. Misión. “Generar, adaptar, validar y transferir conocimientos y tecnologías que contribuyan a la sanidad del cultivo y a la productividad, sostenibilidad y competitividad de la agroindustria de la palma de aceite” (Cenipalma, 2018, pág. 1).

1.1.2. Visión. “Cenipalma es un centro de investigación líder, de excelencia, reconocido nacional e internacionalmente, con enfoque estratégico y prospectivo, dedicado a la generación y transferencia de tecnologías, procesos y productos de interés para el sector palmero colombiano” (Cenipalma, 2018, pág. 1).

1.1.3. Valores institucionales. Cenipalma (2018) estipula los siguientes valores institucionales:

- Servicio: Satisfacemos con calidad y amabilidad necesidades y expectativas de nuestros clientes con una oferta de valor pertinente.
- Excelencia: Mejoramos constantemente con calidad y creatividad, para asegurar los más altos estándares en nuestro quehacer.
- Liderazgo: Influidmos en los distintos grupos de interés, con motivación, orientación y persuasión, para alcanzar los objetivos estratégicos de la Federación.
- Compromiso: Cumplimos con entrega e integridad las actividades y metas trazadas para alcanzar los propósitos de la Federación.
- Respeto: Reconocemos y valoramos la dignidad propia y la de los demás con tolerancia, comprensión y consideración. (p. 1)

1.1.4. Objetivos estratégicos. “Mejorar el estatus sanitario sectorial y superar la problemática sanitaria, Incrementar la productividad, Optimizar la rentabilidad palmera, Aprovechar oportunidades y mitigar riesgos del negocio Y Fortalecer institucionalidad para el sector de la palma de aceite” (Cenipalma, 2018, pág. 1).

1.1.5. Descripción de la estructura organizacional.



Figura 1. Organigrama microadministrativo de la estructura organizacional Fedepalma.
Fuente: www.fedepalma.org.

En la cabeza permanece el Congreso Nacional de Palmicultores, cuyas directrices tienen que ser atendidas por la Asamblea de Fedepalma y la Sala General de Cenipalma; también del congreso se deriva la estructura de los fondos parafiscales palmeros, cuyos comités directivos nombran la auditoría y el secretario técnico del Fondo de Estabilización de Precios; la Sala General de Cenipalma, a su vez, nombra una junta directiva, en tanto que la Asamblea general de Fedepalma designa una junta directiva; hasta ese punto se está en el nivel de los órganos de dirección. Ya en el nivel de la organización, la junta directiva nombra al presidente ejecutivo de la Federación, y el director ejecutivo de Cenipalma.



Figura 2. Organigrama general de la estructura organizacional de Cenipalma.

Fuente: www.cenipalma.org.

Cenipalma tiene una estructura organizacional liderada por Dirección General pero que a su vez, está suscrita y regulada por la Junta Directiva de la Federación Nacional de Cultivadores de Palma de Aceite (FEDEPALMA). De esta manera, la Dirección Ejecutiva, lidera los procesos que se realizan en cada uno de sus programas y proyectos de extensión de los distintos campos experimentales. Además, estos proyectos y programas cuentan con líderes encargados de ejecutar planes de acción y seguimientos en cada una de sus áreas de investigación y extensión.

1.1.6. Descripción de la dependencia y/o proyecto al que fue asignado. En representación de la Federación de Cultivadores de palma de aceite, Fedepalma, se realiza la pasantía con la Corporación Centro de Investigación, Cenipalma, en el Campo Experimental Palmar de la Sierra, Zona Norte, en el área de comunicaciones, para ambas organizaciones.

Cenipalma lleva 25 años contribuyendo al desarrollo investigativo de la palma de aceite en Colombia. Esto conlleva a que este posicionado en el gremio palmero. El campo Experimental Palmar de la Sierra es el centro de investigación más nuevo de Cenipalma y tiene su énfasis en el uso eficiente del agua.

Fedepalma tiene la Oficina de Comunicaciones en Bogotá desde la cual se manejan los procesos comunicativos con Cenipalma y sus centros experimentales. La Jefe de Comunicaciones es la responsable de acompañar la comunicación formal de todos los voceros de la Federación con sus grupos de interés internos. También tiene la responsabilidad de emitir comunicaciones formales en las temáticas de interés general que impacten a los colaboradores. Así mismo, está la responsable de comunicación interna, pasante universitario, responsable de publicaciones y el encargado del manejo de redes sociales.

La comunicación en Fedepalma abarca todos los recursos de información y comunicación con los que cuenta la organización para llegar efectivamente a sus grupos de interés internos. Esto permite que las acciones se presenten de una forma unificada para posicionar mensajes, movilizar a las personas y generar acciones transformadoras, entorno a las metas de la Federación.

Fedepalma (2018) describe las siguientes funciones de la oficina de comunicaciones:

- Apoyar la actualización e implementación y ejecución de publicaciones y programas en su componente interno, institucional, y grupos de interés. La Federación considera como grupos de interés internos a sus colaboradores, quienes integran Fedepalma, Cenipalma y la Unidad de Servicios Compartidos, en las diferentes ubicaciones geográficas, y especialmente a los palmicultores (afiliados), quienes son su razón de ser.
- La oficina de Comunicaciones es responsable de facilitar los procesos de comunicación en la Federación, administrando canales y brindando herramientas que faciliten la gestión y la productividad de sus colaboradores, de acuerdo con las directrices de presidencia.
- Facilitar espacios que generen vínculos con el palmicultor.
- Generar visibilidad de las diferentes áreas, a través del cubrimiento de las acciones de impacto que se realizan en la Federación.
- Comunicar oportunamente la información que impacta a los colaboradores y a los palmicultores.
- Posicionar lo que hace el talento humano de la Federación como reconocimiento a su gestión.
- Retroalimentar la gestión de la Federación con los palmicultores. (p. 1)

1.2. Diagnóstico inicial de la dependencia asignada

La importancia de hacer un diagnóstico situacional radica en la necesidad de identificar los modelos de comunicación existentes, los medios utilizados y su eficiencia en las comunicaciones internas del Campo Experimental Palmar de la Sierra.

Inicialmente con la técnica de observación directa se lograron 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; así mismo, se estudió el caso por el desempeño que tenían día a día los colaboradores dentro de la organización y cómo se desarrollaban en dicho aspecto, es ahí donde se notó la insuficiencia que hay en los procesos comunicativos.

Por otra parte, se hizo el análisis de la matriz DOFA, para conocer el estado actual de los canales y medios de comunicación que se emplean en el área, detectando las fortalezas, debilidades, oportunidades y las posibles amenazas que puedan afectar el cumplimiento de la misión y objetivos institucionales.

Población objeto de estudio. La población objeto de estudio para la presente investigación académica, son los miembros activos del Campo Experimental palmar de la Sierra, en donde se encuentran: personal administrativo, investigadores, extensionistas, auxiliares de campo y auxiliares de servicios generales.

Tabla 1*Metodología de observación directa*

Fecha	Área o dependencia	Observaciones
7 de mayo 2018	A través de la página web isotols de la empresa.	revisé que la empresa cuenta con una política de comunicaciones definida.
8 de mayo 2018	Visite las página web de la empresa y sus redes sociales: @fedepalma y @cenipalma	Evidenció que se sube contenido constantemente sobre información de interés del gremio palmero al público externo. Evidenció que se realizan campañas para fortalecer la imagen de la empresa. - evidenció que la organización tiene buen posicionamiento en el sector palmero de Colombia y también en el ámbito mundial.
9 de mayo 2018	A través de mi correo corporativo mtellez@fedepalma.org	Evidenció que cuando un colaborador ingresa a la empresa se le suministra un correo corporativo desde el cual le llega información de interés.
10 de mayo 2018	Visitas a megaforo y plantaciones de la zona.	Evidenció que la opinión frente a la responsabilidad medio ambiental que se maneja con la palma de aceite es desfavorable.
11 de mayo	Entrevista informal con el Super intendente del Campo Experimental.	Me reuní con él y le pregunté por los canales de comunicación existentes en la empresa, su respuesta fue que hay mucho descomio por parte de la sede principal en Bogotá sobre el funcionamiento de este Campo, y necesitaban crear más canales para dar a conocer la información.
11 de mayo	Entrevista informal con varios colaboradores.	Me acerqué a los puestos de trabajo de tres investigadores y la auxiliar de servicios generales, a quienes les pregunté si la empresa les daba reconocimientos motivacionales y las cuatro respuestas fueron negativas.

Fuente: Autor del proyecto.

Tabla 2*Matriz DOFA*

	Fortalezas	Debilidades
INTERNO	<p>F1. Hay una política de comunicaciones definida por Fedepalma.</p> <p>F2. Se utilizan las redes sociales para dar a conocer las actividades internas y externas de la institución.</p> <p>F3. Uso del correo electrónico.</p> <p>F4. Se realizan constantemente campañas para fortalecer la imagen institucional.</p>	<p>D1. Falta de nuevos canales de comunicación interna.</p> <p>D2. No hay reconocimiento motivacional al personal.</p> <p>D3. El clima organizacional no es el adecuado en todas las áreas.</p> <p>D4. Falta de capacitación en cuanto a redacción.</p>
EXTERNO		
Oportunidades	Estrategias DO	Estrategias FO
<p>O1. Posicionamiento en el gremio palmero y reconocimiento en el ámbito mundial.</p> <p>O2. Voluntad y flexibilidad administrativa y financiera de la organización lo que permite diseñar y aplicar una estrategia de comunicación</p>	<p>-Capacitación a investigadores en redacción y clima laboral</p> <p>-Incentivar al personal de la corporación con reconocimientos motivacionales.</p>	<p>-Creación de piezas acordes con la imagen corporativa</p>
Amenazas	Estrategias DA	Estrategias FA
<p>A1. La opinión frente a la responsabilidad medio ambiental que se maneja con la palma de aceite es desfavorable.</p>	<p>- Actualizar las redes sociales y crear nuevos canales de comunicación internos.</p>	<p>Capacitar al personal de Cenipalma en comunicación y redacción de artículos científicos.</p> <p>Realización de actividades para fortalecer el clima organizacional de la empresa.</p>

Fuente: Autor del proyecto.

Análisis de la matriz DOFA. Aunque la organización cuenta con una política de comunicaciones definida, esta no se lleva a cabo como es proyectada en la teoría ya que existen muchas falencias, una de ellas es que no hay un alineamiento unificado en cuanto a los medios de comunicación existentes como las carteleras informativas y las diversas piezas gráficas que se realizan. Además, no existen canales de comunicación internos que les permitan a los colaboradores conocer el trabajo de las demás áreas de investigación y así evitar repetir trabajo.

Aprovechando el posicionamiento y el reconocimiento que tiene Cenipalma en el ámbito mundial se debe capacitar a sus empleados en normas de escritura que sea de su interés, cabe resaltar que no está dentro de sus funciones la redacción de artículos científicos, pero para el gremio palmero es fundamental documentar la información recolectada por cada área de investigación, por tal razón, el tema escogido fue “cómo escribir un artículo científico” ya que es el tema donde están inmersos constantemente los investigadores.

Una de las grandes debilidades de las empresas hoy día es el poco valor que se le da al clima organizacional y la motivación del personal, por eso este proyecto está enfocado en realizar actividades que contribuyan a mejorar estos aspectos con la finalidad de lograr que el personal interno se apropie de la identidad corporativa y tengan sentido de pertenencia con la organización, para el cumplimiento de los objetivos que tiene planteado la empresa.

1.2.1. Planteamiento del problema. El proceso de comunicación es de gran importancia dentro de una organización para lograr el cumplimiento de los objetivos establecidos por la institución ya que fomenta el trabajo en equipo y la motivación del personal. Por tal razón, se busca diseñar e implementar una estrategia de comunicación interna debido a que nunca se ha implementado en esta organización. Esta estrategia comunicativa permite que se fortalezcan los procesos que se realizan en el Campo Experimental Palmar de la Sierra en el área de comunicación, en la cual existen falencias en cuanto al clima organizacional y falta de comunicación entre el personal interno del Campo.

Así mismo, cabe destacar que la organización presenta deficiencias en los canales de comunicación implementados. Las carteleras informativas no siguen un lineamiento y a la vista son poco atractivas; el clima organizacional no es el mejor en todas las áreas de investigación que hay en el campo ya que se desconoce las funciones de otros equipos de trabajo. Según Celis (2014), “un clima organizacional acertado genera un crecimiento personal entre los integrantes de la institución, también se pueden presentar crecimiento profesional y un sentido de pertenencia fuerte por la institución” (p. 13). “Adicionalmente se evidencia un crecimiento como organización, mejor posicionamiento en el mercado, manejo del servicio al cliente con mejor calidad humana y emprendimiento constante en la ampliación en el portafolio de servicios” (Celjis, 2014, pág. 13).

Teniendo en cuenta lo anterior, surge la necesidad de crear nuevos medios internos de comunicación y fortalecer los que ya existen para mejorar el flujo de información, permitiendo de esta manera fortalecer la imagen corporativa.

De igual manera, se busca capacitar al personal en temas de interés para ellos y finalmente se busca promover e incentivar mediante actividades didácticas, las relaciones interpersonales con todo el personal de las diferentes áreas de investigación del Campo, buscando fortalecer la motivación y el sentido de pertenencia con la institución dando cumplimiento con los lineamientos establecidos por la Federación.

1.3. Objetivos de la pasantía

1.3.1. Objetivo General. Diseñar e implementar una estrategia comunicativa que permita fortalecer la comunicación interna en el Campo Experimental Palmar de la Sierra de Zona Norte, de la Corporación Centro de Investigación en Palma de Aceite (Cenipalma).

1.3.2. Objetivos específicos. Diagnosticar la situación actual de la comunicación interna del Campo Experimental Palmar de la Sierra.

- Definir los lineamientos de la estrategia de comunicación interna que permitan fortalecer el proceso comunicativo del Campo Experimental Palmar de la Sierra.
- Desarrollar la estrategia de comunicación interna en el Campo Experimental Palmar de la Sierra.

1.4. Descripción de las actividades a desarrollar

Tabla 3

Actividades que desarrollar

Objetivo General	Objetivos Específicos	Actividades
Diseñar e implementar una estrategia comunicativa que permita fortalecer la comunicación interna en el campo experimental palmar de la sierra de zona norte, de la corporación centro de investigación en palma de aceite (Cenipalma)	Diagnosticar la situación actual de la comunicación interna del Campo Experimental Palmar de la Sierra.	Elaboración y aplicación de una encuesta Online a los colaboradores de Cenipalma. Tabulación y análisis de resultados en la encuesta.
	Definir los lineamientos de la estrategia de comunicación interna que permitan fortalecer el proceso comunicativo del Campo Experimental Palmar de la Sierra.	Medios de comunicación internos: -Definir tamaños, colores corporativos, tipos de letra, y realizar cronogramas para publicaciones. Capacitaciones: - Definir temáticas, personal que debe participar, base de datos de contactos para realizar las capacitaciones. 3.motivacion y bienestar Celebración de fechas especiales Actividades didácticas y recreativas
	Desarrollar la estrategia de comunicación interna en el Campo Experimental Palmar de la Sierra.	1.Medios de comunicación internos: Diseño de carteleras informativas. Elaboración de piezas gráficas y audiovisuales (afiches, videos, etc.) 2. Realizar las capacitaciones: Redacción de artículos científicos Clima laboral 3.Organizar eventos para la apropiación de imagen corporativa - Diseñar juegos didácticos. -Fechas especiales. Diseño de logo, invitaciones, definir lugar, fecha y lugar.

Fuente: Autor del proyecto.

1.4. Cronograma de actividades

Tabla 4

Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	MES I				MES II				MES III				MES IV			
	Semana				Semana				Semana				Semana			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
- Elaboración de una encuesta online a los colaboradores de Cenipalma.	■	■														
- Tabulación y análisis de resultados en la encuesta.		■	■	■												
Diseño de carteleras informativas.			■	■	■	■										
Elaboración de piezas gráficas y audiovisuales (afiches, videos, etc.)				■	■	■	■	■								
Realización de capacitaciones						■	■	■	■	■	■	■				
- Realización y organización de actividades para fortalecer el clima organizacional de la empresa.			■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■		
- Diseño de piezas y reconocimientos al personal para generar sentido de pertenencia.										■	■	■	■	■	■	■

Fuente: Autor del proyecto.

Capítulo 2. Enfoques referenciales

2.1. Enfoque conceptual

A continuación se realizará la descripción científica de terminos fundamentales para llevar a cabo este Proyecto. Dentro de los cuales principalmente se encuentran las estrategias comunicativas, las cuales fueron la base para desarrollar el objetivo general. Posteriormente se explica el concepto de comunicación interna ya que fue el público elegido para realizar dicha estrategia y en la cual interviene la cultura y el clima organizacional.

2.1.1. Estrategias Comunicativas. El autor Moneris (2017) define las estrategias de comunicación de la siguiente manera:

La estrategia de comunicación es el conjunto de decisiones y prioridades basadas en el análisis y el diagnóstico que definen tanto la tarea como el modo de cumplirla por parte de las herramientas de comunicación disponibles. La estrategia de comunicación es a la vez una decisión, una intención y una estrategia. Prioriza objetivos y valora la información disponible tanto sobre el contenido o entidad objeto de comunicación, como sobre los sujetos receptores de esa comunicación, así como establece decisiones tanto en materia de contenidos como en la utilización de canales o herramientas de comunicación. La estrategia es un análisis, una intención o intención y una decisión. (p. 1)

2.1.2. Comunicación Interna. La comunicación interna consiste en contar a la organización lo que la organización está haciendo, es decir, las estrategias que está utilizando para el cumplimiento de sus objetivos.

Dentro de dichas estrategias, se encuentran las dirigidas hacia el mejoramiento de los procesos de comunicación de la organización. El hecho de informar a todos los miembros de la organización acerca de los distintos procesos que esta adelanta, permite que todos trabajen en pro del cumplimiento de los objetivos organizacionales. “Una buena comunicación interna puede ser una gran aliada a la hora de alcanzar nuestros objetivos y, por el contrario, una comunicación interna deficitaria nos supone muchos obstáculos. Un equipo motivado e implicado es imprescindible para alcanzar el éxito” (Montiel, 2017, pág. 1).

Por otra parte, el autor Capriotti (1998) define la comunicación interna como:

En la comunicación interna, no se intenta la participación de los miembros de la empresa, sino que solamente se tiene la intención de transmitirles informaciones (las que el área responsable de comunicación interna considere como interesantes). (...) Este concepto de comunicación interna es el que domina en la actualidad, y suele reflejarse en una gestión de la comunicación interna en la que se priorizan los medios informativos (revista de la empresa, boletín informativo, etc.) por encima de las comunicaciones interpersonales. Así, en muchos casos, la comunicación interna termina asociándose a la implantación de diversos medios informativos, como hacer una revista interna o poner un tablón de anuncios. (p. 5 - 7)

2.1.3. Cultura organizacional. La cultura organizacional es un aspecto definitivo dentro de los procesos de comunicación interna de una organización. “Es la reunión de conceptos como hábitos, normas, creencias, valores y experiencias que son los encargados de dar una caracterización determinada a un grupo en concreto. En este caso, centrándose exclusivamente en un ámbito empresarial” (González Díaz, 2016, págs. 1 - 5).

Además, González (2016) agrega que:

La definición que le podemos aplicar a la cultura organizacional es la unión de normas, hábitos y valores que, de una forma u otra, son compartidos por las personas y/o grupos que dan forma a una institución, y que a su vez son capaces de controlar la forma en la que interactúan con el propio entorno y entre ellos mismos. Es decir, el comportamiento de la empresa dependerá de la forma en la que se apliquen unas normas u otras por parte de sus integrantes. (p. 1 – 5)

2.1.4. Clima organizacional. García & Ibarra (2010), afirman:

El clima organizacional hace referencia a las percepciones compartidas que tienen los miembros de una organización acerca de los procesos organizacionales, tales como las políticas, el estilo de liderazgo, las relaciones interpersonales, la remuneración, etc. Es importante recordar que la percepción de cada trabajador es distinta y ésta determina su comportamiento en la organización por lo que el clima organizacional varía de una organización a otra. (p. 7)

Capítulo 3. Informe de cumplimiento de trabajo

3.1. Presentación De Resultados

La presentación de los resultados se realiza de acuerdo con los objetivos específicos de la pasantía:

3.1.1. Diagnóstico de la situación actual de la comunicación interna del Campo Experimental Palmar de la Sierra.

3.1.1.1. Actividad 1. Encuesta online para determinar el estado del flujo de información interna de la organización. Se realizó una encuesta a todo el personal que integra la Zona Norte palmera con el fin de hacer un diagnóstico situacional de los procesos comunicativos que maneja el Campo Experimental Palmar de la Sierra, por medio de esta encuesta se detecto la efectividad de la comunicación interna de la organización; así mismo, se determinó los procesos del clima y cultura organizacional. (Apéndice A)

3.1.1.2. Actividad 2. Tabulación y análisis de resultados de la encuesta. Para la aplicación de esta encuesta se elaboró un formato online del programa Microsoft Office que contiene nueve preguntas cerradas, con la aplicación a la población total (54 empleados) del Campo Experimental Palmar de la Sierra en la Zona Norte, ocho preguntas cerradas y una abierta, para así analizar y determinar qué tan efectiva es la comunicación dentro de la institución. Así mismo, el análisis y tabulación de la encuesta fue realizado en el mismo programa.

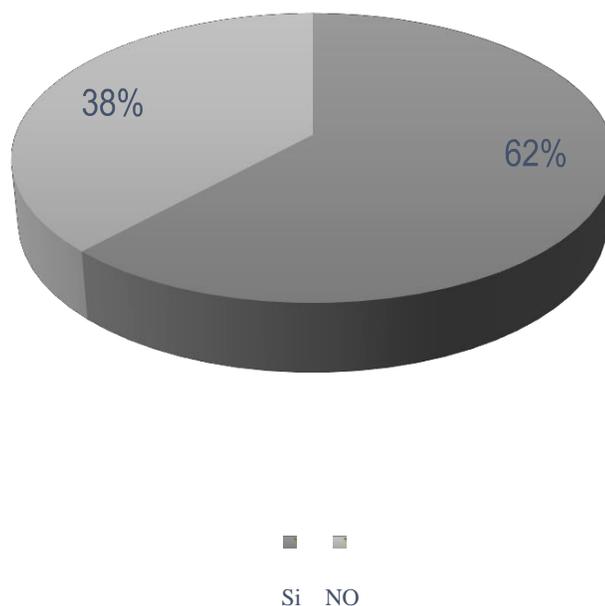


Figura 3. Resultado de la pregunta: ¿Conoce usted la cultura corporativa de la Federación (visión, misión, valores institucionales y objetivos estratégicos)?
Fuente: Autor del Proyecto.

La gráfica anterior permite evidenciar que más de la mitad de colaboradores afirman conocer la cultura corporativa de la Federación; no obstante, hay un porcentaje elevado que afirma no conocer la cultura corporativa, evidenciando una falencia grave. Por tal razón, es importante plantear una estrategia que dé a conocer la cultura corporativa.

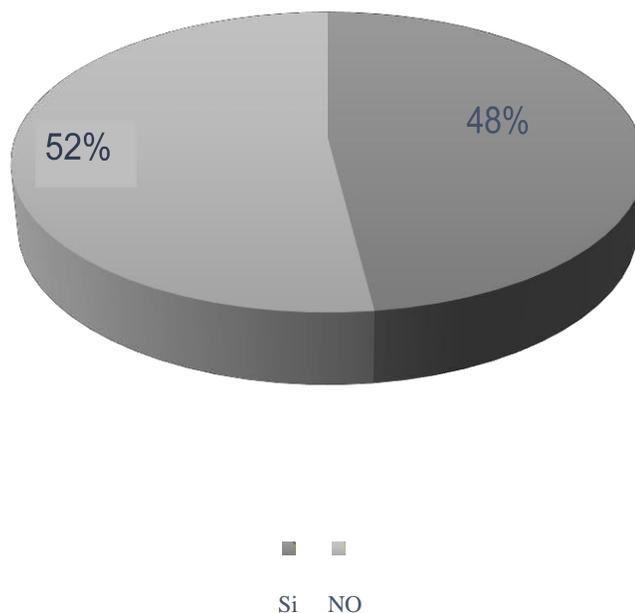


Figura 4. Resultado de la pregunta: ¿Percibe usted un buen clima laboral en el CEPS?
Fuente: Autor del Proyecto.

Los encuestados tienen sus opiniones muy divididas, a pesar de que un porcentaje de 52% asegura que percibe bien clima laboral en el Campo Experimental Palmar de la Sierra, hay un 48% que asegura que no hay un buen clima laboral, con este resultado se puede deducir que hay mucha población insatisfecha frente al ambiente de trabajo; por eso, es de vital importancia implementar estrategias para contrarrestar esta situación y lograr que todos se sientan felices en sus puestos de trabajo.

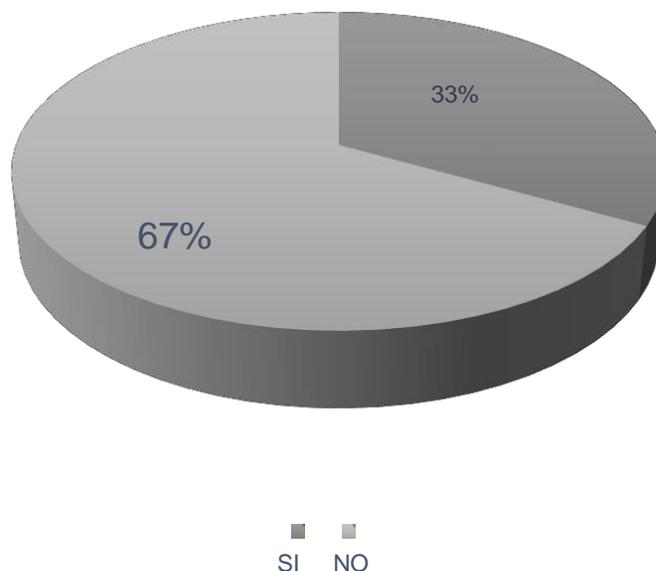


Figura 5. Resultado de la pregunta: ¿Cree usted que la comunicación entre las diferentes áreas y programas de investigación es oportuna y clara?
Fuente: Autor del Proyecto.

La comunicación entre las diferentes áreas de trabajo de acuerdo con la mayoría de encuestados no es oportuna y clara, esto nos muestra una falencia grave, ya que cada área trabaja en pro de los objetivos de la empresa y se debería seguir trabajando en estrategias que permitan fortalecer la comunicación para que haya claridad en la información que se genere en todas las áreas de la organización para no repetir trabajo.

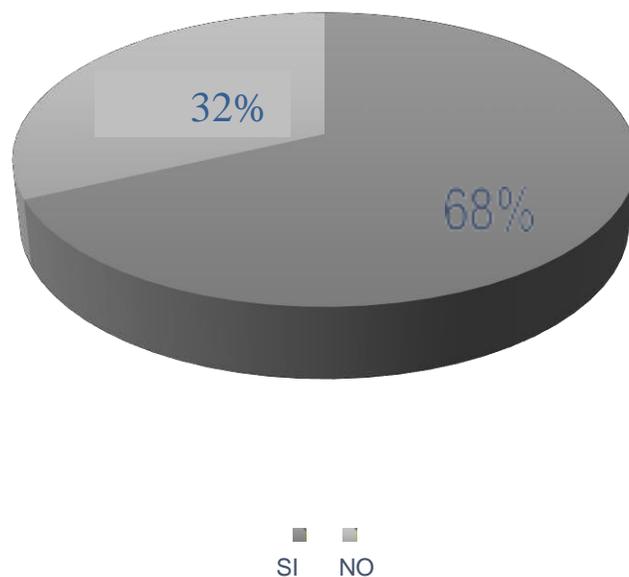


Figura 6. Resultado de la pregunta: ¿Recibe usted algún tipo de reconocimiento por su buen desempeño laboral?
Fuente: Autor del Proyecto.

Es importante mantener motivado a todo el personal de la institución, de acuerdo al resultado de la encuesta permite deducir que la institución es un poco indiferente con estas clases de actividades dirigidas al personal interno y que no existe un compromiso de integración destinado a todos los funcionarios que hacen parte de la institución, demostrando que se debe mejorar y fortalecer esta situación por medio de estrategias de motivación y bienestar para la integración del personal de esta organización.

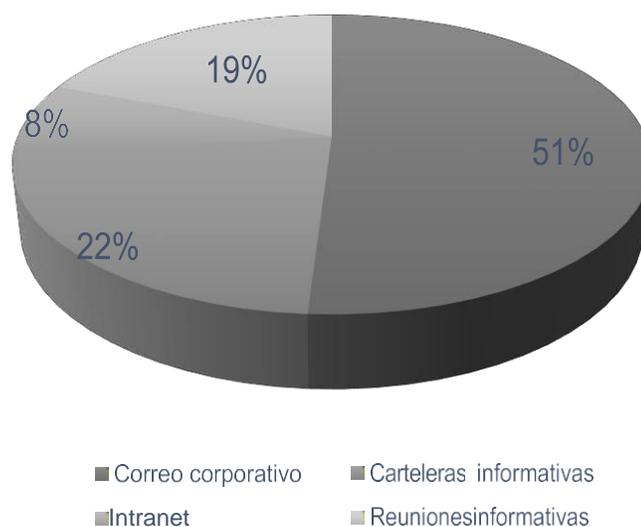


Figura 7. ¿A través de qué canal de comunicación se entera de los asuntos de la Federación?

Fuente: Autor del Proyecto.

Teniendo en cuenta los resultados, se puede afirmar que el correo electrónico es el medio más utilizado porque constantemente se debe estar enviando información por este medio a la federación en Bogotá. Así mismo, los resultados dejan ver que las carteleras son utilizadas, pero no son actualizadas con información novedosa de los diferentes sucesos ocurridos o programación de las actividades por realizar. Por otra parte, se refleja que la intranet también juega un papel fundamental dentro de la institución.

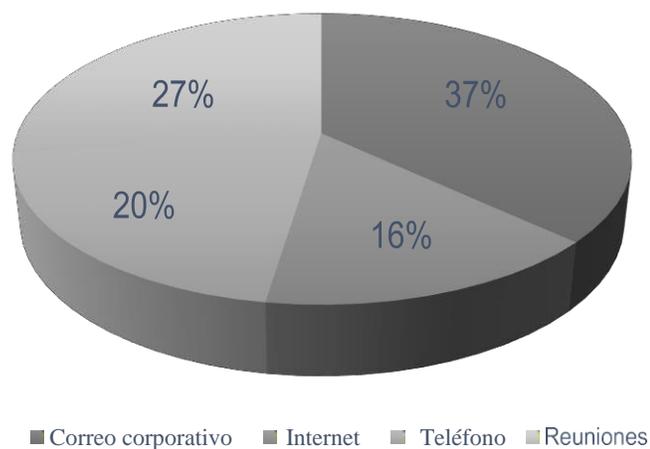


Figura 8. Resultado de la pregunta: ¿Qué canal de comunicación utiliza para ejecutar sus actividades laborales?
Fuente: Autor del Proyecto.

El medio más utilizado para ejecutar las actividades de la Federación es en primer lugar el correo corporativo, luego está el teléfono por medio de WhatsApp un medio informal pero que es esencial para enviar y recibir información con mayor rapidez.

Las reuniones en esta organización se realizan constantemente por eso es un medio que es fundamental para tener un contacto más directo con el público de interés. Finalmente, el internet es clave a la hora de realizar actividades, pero no representa un obstáculo para los colaboradores encuestados.

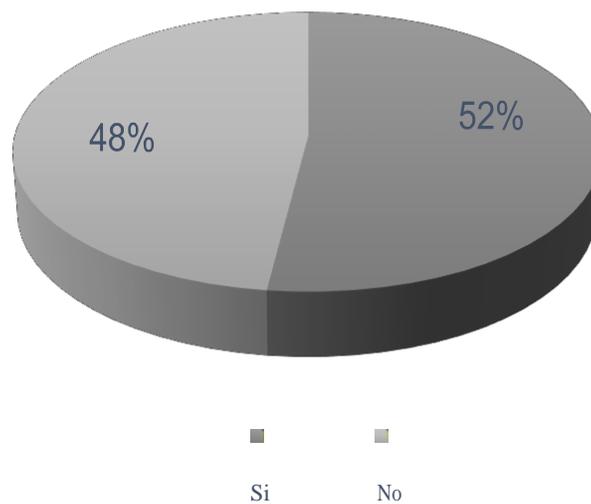


Figura 9. ¿Su jefe inmediato le informa de manera oportuna sobre el acontecer de la Federación?

Fuente: Autor del Proyecto.

Teniendo en cuenta los resultados de las encuestas, la comunicación que se genera con los jefes inmediatos de las diferentes áreas de investigación es buena. No obstante, hay un alto número de encuestados que no están de acuerdo con esto, por tal razón, se recomienda seguir mejorando esta relación por medio de la participación en la toma de decisiones.

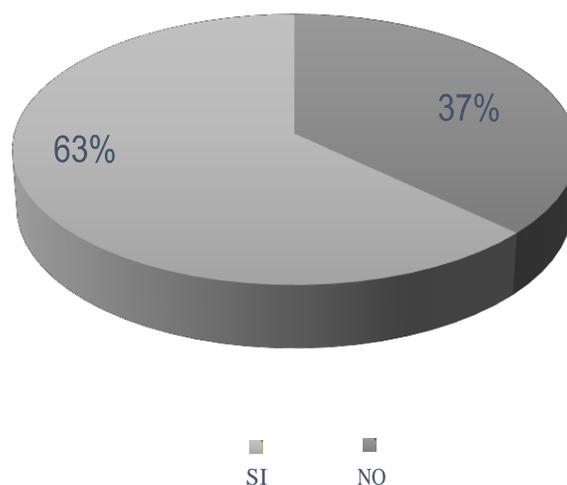


Figura 10. ¿Cree usted que existen dificultades para comunicarse con la alta dirección de la Federación?
Fuente: Autor del Proyecto.

De acuerdo con las respuestas arrojadas es evidente que la alta dirección acepta y permite la participación de los empleados en decisiones que beneficien a la institución, sin embargo, se debe seguir fortaleciendo ese vínculo de confianza que existe entre todo el personal para lograr un resultado favorable en la que exista integración entre todos los miembros.

De esta manera el empleado se siente motivado al lograr que sus decisiones sean tomadas en cuenta logrando así ser un pilar fundamental en los procesos que se realizan.

Pregunta 9. Si tiene algún aporte o comentario que puede ayudar al mejoramiento de la comunicación interna en Zona Norte, lo invitamos a compartirla con nosotros a continuación:

Tabla 5.

Resultado pregunta nueve

1 Daniel Felipe López Alfonso	Una cartelera informativa en sierra 3
2 Pasante Norte HSE	Personalmente, considero que se debe dar aviso a todas las personas en general sobre las visitas que llegan al CEPS para así estar informados y hacer acompañamiento para conocer un poco de las funciones que ellos realizan y aprender un poco sobre las actividades que se haga.
3 José Julián Monroy Rairán	Ninguna.
4 Brillit Gañan Galvis	Actualizar las bases de datos de los correos corporativos de los funcionarios que ingresan nuevos.
5 Patricia Díaz Hamburger	incluir en los medios de comunicación el WhatsApp que es donde yo tengo una comunicación más eficiente con los clientes internos y externos

Fuente: Autor del proyecto.

En este recuadro se puede apreciar que fueron pocos los encuestados que de manera muy específica respondieron esta pregunta. Las respuestas se basan en la necesidad que tienen de mantenerse informados por eso la importancia de crear una estrategia de comunicación interna que permita brindarle a todo el personal la información requerida.

La realización de este primer objetivo permitió evaluar el proceso de comunicación interna que existe en el Campo Experimental Palmar de la Sierra, teniendo en cuenta los resultados de la encuesta aplicada se lograron analizar los procesos comunicativos internos que existen y se encontró varias variables.

En primer lugar, el medio más utilizado por este Campo Experimental es el correo electrónico, el cual usan constantemente para recibir y enviar información. Sin embargo, existe la necesidad de implementar nuevos medios internos debido a la constante necesidad de expresarse y de obtener más información de interés que tienen los colaboradores de la organización.

La creación de nuevos canales de comunicación ayudaría a fortalecer esa falencia de comunicación, así mismo, la creación de un video corporativo para dar a conocer primero a la organización, posteriormente la creación de piezas graficas que den a conocer quiénes son los colaboradores que hacen parte la organización, sus funciones, logrando de esta manera que sean conocidas por las demás compañeros y visitantes a la institución.

Por otro lado, se debe fortalecer la comunicación entre los compañeros y jefes de dependencias, por medio de espacios de integración fomentando así un buen clima laboral. Es de vital importancia la motivación al personal, por tal razón se debe hacer por medio de reconocimientos motivaciones que ayuden a fortalecer la cultura y el sentido de pertenencia hacia la institución.

3.1.2. Definición de los lineamientos de la estrategia de comunicación interna que permitan fortalecer el proceso comunicativo del Campo Experimental Palmar de la Sierra.

Para desarrollar la estrategia de comunicación interna se definieron tres lineamientos específicos:

Tabla 6

Lineamientos de la estrategia de comunicación

	Objetivos	actividades	Canal o medio	frecuencia	responsable	Indicadores
Medios de comunicación interna	Con el fin de emitir mensajes unificados y fortalecer la imagen e identidad corporativa de la empresa.	- Cartelera informativa - Piezas gráficas y audiovisual	- intranet - reuniones - correo corporativo	Semanal	Gestión humana y área de comunicaciones	Medición del grado de satisfacción de cada empleado
Capacitaciones	fortalecimiento de hábitos de escritura entre todo el personal del Campo.	- “Cómo escribir un artículo científico” - “Soy ficha clave”	Reuniones	Bimensual	Área de comunicación	Numero de colaboradores que participen en la capacitación
Eventos para fomentar la motivación y bienestar	mejorar el clima organizacional y fortalecer la motivación del personal interno de la organización	- Actividades deportivas - Diseño de piezas y reconocimientos al personal	-Reuniones - intranet	Mensual	Gestión humana y área de comunicaciones	Medición del grado de satisfacción de cada empleado

Fuente: Autor del proyecto.

3.1.3. Desarrollar la estrategia de comunicación interna en el CampoExperimental Palmar de la Sierra.

3.1.3.1. Diseño de cartelera informativa. Con el fin de organizar la información y hacerla más atractiva a la vista, se diseñó la estructura de la cartelera informativa, en aras de mejorar la comunicación interna y con el objetivo de llegar a todo el público objetivo como los son los visitantes de la empresa y personal de campo que no tiene acceso constante a internet para mantenerse informado de lo que ocurre al interior de la empresa. (ver Apéndice B)

Tipo de información que se publicará en la cartelera:

- Información importante de la empresa
- Cumpleaños de empleados
- Recetas con la palma de aceite
- Información HSEQ

Normas de Uso:

- La diagramación de los contenidos debe ser acorde a la imagen corporativa.
- Cuando se publica una información debe dejarse espacios vacíos, entre aviso y aviso, mejorando la distribución de la información.
- Las imágenes deben ser claras, llamativas y bien definidas.
- Se deben fijar mensajes cortos y de interés general, siempre de manera ordenada.

- La persona encargada debe actualizar periódicamente la cartelera o según se requiera.
- Los comunicados deben ser publicados con los formatos establecidos por la empresa.



Figura 11. Cartelera informativa.
Fuente: Autor del Proyecto.

3.1.3.2. Elaboración de piezas gráficas y audiovisuales. Con el fin de fortalecer la imagen e identidad corporativa de la empresa, se diseñaron múltiples diseños gráficos, como apoyo a las distintas actividades y campañas que realizaba el área de comunicaciones de Fedepalma desde Bogotá. (Apéndice C)

La definición de tamaños, colores corporativos y tipo de letra se adoptó del manual de marca e identidad de imagen que tiene implementado Cenipalma.

- Tamaño: 14 cm x 21,5 cm, todas las piezas deben contener los logos de Fedepalma y Cenipalma.
- Colores corporativos: C M Y K c: 92 m: 67 y: 21 k: 6; R G B r: 12 g: 83 b: 133; colores en la web 0C5385 pantone 7692 C.
- Tipo de letra: arial black, 22 puntos. Subtítulos: arial regular, 17 puntos. Texto: arial regular, 16 puntos.

¿Qué hacer en caso de emergencia?



Figura 12. Piezas gráficas.
Fuente: Autor del Proyecto.

3.1.3.3. Creación de video corporativo. El video corporativo recolecta toda la información más relevante y las instalaciones del Campo Experimental Palmar de la Sierra, con una duración de 2 minutos y 20 segundos. Este video se proyectará al público interno y al externo que visite este Campo, se realizó un guion técnico en el cual se especifican los detalles con los tiempos estimados de cada imagen, sonido, y texto.

Tabla 7.*Guion video corporativo*

Escena	Texto	Imagen	Duración	sonido
Escena 1	Campo Experimental Palmar de la sierra	Palmas sembradas en el Campo Experimental Palmar de la Sierra (Logos de Cenipalma y Fedepalma)	5''	Audio propio de la Federación
Escena 2	El Campo Experimental Palmar de la Sierra está ubicado en el municipio Zona Bananera, kilómetro 64 vía a Santa Marta- Fundación, Magdalena.	-Ubicación en Google Maps - imagen del Campo tomada por un drone.	10''	Audio propio de la Federación
Escena 3	El Campo Experimental Palmar de La Sierra es la sede del programa de Agronomía de Cenipalma y desarrolla investigación con un énfasis especial el uso eficiente del agua.	Video corto de la infraestructura del Campo Experimental Palmar de la Sierra	10''	Audio propio de la Federación
Escena 4	Cuenta con un área total de 410 hectáreas conformada por tres predios.	Lotes sembrados en el Campo Experimental Palmar de la Sierra	5''	Audio propio de la Federación
Escena 5	Predio Sierra 1: en él se ubica la captación de agua que abastece las necesidades del cultivo e instalaciones, la unidad de bombeo del sistema de riego, una bodega para almacenamiento de insumos, el vivero y un área de alojamientos.	Infraestructura del predio Sierra 1 (captación de agua, video, y alojamientos)	20''	Audio propio de la Federación
Escena 6	Predio Sierra 2: En él se encuentra el módulo de servicios al cultivo y actualmente se encuentran los laboratorios de Aguas y Suelos, Fitopatología y Entomología.	Infraestructura predio Sierra 2 (laboratorios)	20''	Audio propio de la Federación
Escena 7	Predio Sierra 3: En él se encuentra el modulo Administrativo, el cual cuenta con un auditorio, una oficina abierta para los Investigadores, Extensionistas y demás colaboradores de Cenipalma. Posteriormente se desarrollará la construcción de un módulo de	Infraestructura predio Sierra 3, (la recepción, oficinas, auditorio, cid palmero)	30''	Audio propio de la Federación

Tabla 7. Continuación

	laboratorios, dotado con la infraestructura necesaria para el desarrollo de la investigación de los diferentes programas de Cenipalma, en la Zona Norte.			
	Actualmente en el Campo	Video corto de lotes		
Escena 8	Experimental Palmar de la Sierra se tiene sembradas 97 hectáreas con cultivares híbridos y <i>elaeis guineensis</i> en diferentes proyectos de investigación. Así mismo, cuenta con un sistema de riego dotado con tres metodologías de aplicación, Riego por goteo de alto caudal, Riego por aspersión y Riego de superficie mediante tubería de compuertas.	sembrados en el Campo. Metodologías del sistema de riego: Riego por goteo de alto caudal Riego por aspersión Riego de superficie mediante tubería de compuertas.	20''	Audio propio de la Federación
Escena 9	El objetivo de este campo contempla un desarrollo sostenible del cultivo de la palma de aceite enmarcado en las directrices de la certificación RSPO y espera ser un referente de producción y sostenibilidad para el sector palmero.	“Desarrollo sostenible de la palma de aceite” Fotos del venado, tigrillo y del corozo de lata.	10''	Audio propio de la Federación
Escena 10	El Campo Experimental Palmar de la Sierra está al servicio de los palmicultores y espera avanzar en materia de investigación para dar respuesta a las necesidades de la producción de la palma de aceite en esta región del país.	Video corto de la Entrada al campo Experimental Palmar de la Sierra. Foto de palmicultores que han visitado el campo Trabajador con pala haciendo drenajes. Video corto de las palmas sembradas en el capo y los logos Cenipalma y Fedepalma.	20''	Audio propio de la Federación

Fuente: Autor del proyecto.

3.1.3.4. Creación del Área destacada y de ‘los zapatos de...’. Se realizó el diseño de dos piezas gráficas que ayudan a fortalecer la comunicación interna del Campo Experimental palmar de la Sierra. Dichas piezas son publicadas en la cartelera informativa y es subida a la intranet.

- **Área destacada.** Se da a conocer información de las funciones que desempeñan las diferentes áreas de investigación que se tienen en el Campo, con el fin de que se mejore el flujo de información y que cada área conozca lo que se hace en las demás.

Área destacada

Programa de Plagas y Enfermedades
Área de Fitopatología - Zona Norte

De izquierda a derecha: José Alberto Charris, Auxiliar de Campo; Sandra Yulieth Castillo, Asistente de Investigación; Franky Zúñiga Pérez, Auxiliar de Investigación.

Objetivos:

- Verificar y diagnosticar áreas de avance de la Pudrición de cogollo y pudriciones de estípites de la palma de aceite.
- Tomar muestras y aislar los microorganismos responsables de las principales enfermedades de la palma de aceite para conocer la biología de los agentes causantes.
- Generar estrategias de manejo y de control de las enfermedades más importantes de la palma de aceite.

Comunicaciones Internas

fedepalma | ccnipalma

Figura 13. Pieza gráfica de la sección Área destacada.
Fuente. Autor del Proyecto.

- **L s h h l 5** Se da a conocer el personal que trabaja en el Campo, se cuenta su historia dentro de la organización con el fin de lograr la apropiación de imagen corporativa.

En los zapatos de...

Edith María Mejía Rodríguez

Auxiliar de Servicios Generales - Campo Experimental
Palmar de la Sierra



Edith María Mejía Rodríguez ha estado vinculada a la Federación durante 19 años, periodo en el cual se ha logrado ganar el cariño y el respeto de los colaboradores que hacen parte del Campo Experimental Palmar de la Sierra.

Edith María Mejía Rodríguez se desempeña como Auxiliar de Servicios Generales del predio Sierra 2, del Campo Experimental Palmar de la Sierra. Actualmente, vive en el municipio de Sevilla, Zona Bananera, junto a sus cuatro hijos.

Edith, quien es oriunda de Ciénaga, Magdalena, ingresó a laborar en la Federación el 4 de enero de 1999. “Estoy muy agradecida con la Federación porque por medio de mi trabajo he podido sacar a mis hijos adelante y remodelar mi vivienda. Espero estar en Cenipalma por mucho tiempo más y luego dedicarme al cuidado de mi hogar”.

Comunicaciones Internas



Figura 14. Pieza gráfica de la sección En los zapatos de...

Fuente. Autor del Proyecto.

3.1.3.5. Realizar las capacitaciones.

- Con el propósito de contribuir con el fortalecimiento de hábitos de escritura entre todo el personal del Campo Experimental Palmar de La Sierra para que le publiquen artículos científicos en revistas de carácter científico que tiene la organización entre ellas Palmas y El Palmicultor.

La capacitación se llevó a cabo el 3 de septiembre desde las 8:00 a.m. hasta la 01:00 p.m. en el auditorio del Campo Experimental Palmar de la Sierra, a cargo del facilitador, Juan Carlos Vélez, Líder Formación y Capacitación de Cenipalma y Yolanda Moreno Muñoz, Responsable de Publicaciones Fedepalma.

La temática fue la explicación del método científico y sus pasos, posteriormente se les entregó un artículo pro grupos para evidenciar las falencias que veían en el, en cuento a temas de redacción. (Ver Apéndice D)

- Intensidad: 1 día– 2 a 3 horas.
- Colaboradores: Líder de formación y capacitación y responsable de publicaciones
- Responsable: Pasante de comunicación social.
- Dirigido a: investigadores, extensionistas, auxiliares de campo, asistentes de investigación, pasantes universitarios.



Figura 15. Evidencia de capacitación: “Cómo escribir un artículo científico”.

Fuente: Autor del Proyecto.

- **Z ficha jsh 1 5** Con el apoyo de comunicaciones de Fedepalma desde Bogotá se realizó este taller que consistía en reunir grupos para armar un rompecabezas que contenía una frase importante que tenía referencia con el trabajo en equipo y la comunicación.

La actividad se realizó el 3 de septiembre, de 2:00 p.m. a 4:00 p.m. todos los asistentes estuvieron entusiasmados en armar sus rompecabezas y luego pasaron al frente de sus compañeros para explicar que significado tenía para frase para ellos. El ganador se le obsequio un portarretratos que permanecerá en sus escritorios. (Ver Apéndice D)

- Intensidad: 1 día– 2 a 3 horas.
- Colaboradores: Responsable de comunicaciones internas y Superintendente del Campo
- Responsable: Pasante de comunicación social.
- Dirigido a: Todos los colaboradores del Campo Experimental Palmar de la Sierra (investigadores, extensionistas, auxiliares de campo, asistentes de investigación, pasantes universitarios, asistentes administrativas, personal del aseo).



Figura 16. Evidencia del taller: “Soy ficha clave”.
Fuente. Autor del Proyecto.

3.1.3.6. Organizar eventos para fomentar la motivación y bienestar.

- **Realización y organización de actividades para fortalecer el clima organizacional de la empresa.** Con la ayuda del área de gestión humana de la Corporación se realizaron dos días deportivos en el Campo Experimental Palmar de la Sierra, en los cuales el personal participó de diversas actividades recreativas, como jugar bolos, pin pon, y un partido de fútbol.

Esta actividad se llevó a cabo los días 7 durante la tarde y 8 de septiembre en la mañana. Esta actividad tuvo gran acogida y logró la integración de todo el personal evidenciando trabajo en equipo. (Ver Apéndice E)

- Intensidad: 1 día– 2 a 3 horas.
- Colaboradores: Gestión humana
- Responsable: Pasante de comunicación social.

Protocolo de los eventos. Este manual tiene como propósito dar a conocer los pasos que se deben llevar a cabo para lograr el óptimo cumplimiento del evento a realizar, teniendo mayor éxito al ser ejecutado.

Tabla 8

Protocolo de eventos

	Pre-evento	Evento	Post-evento
Definir objetivo	¿Qué quiero lograr? ¿Cuál es el propósito?	Programación Lugar del montaje	Revisar los errores que se cometieron para mejorarlos y convertirlos en
Público objetivo tipo de evento	Asistentes de interés Formal o informal	Refrigerio	oportunidades.
Definir facilitadores	Personas idóneas de acuerdo el tema a tratar		
Lugar y fecha	- Si hay suficiente margen de tiempo para la organización - Evitar que coincida con la fecha de la actividad		
Promoción y divulgación	- Enviar carta de invitación al evento		

Fuente: Autor del proyecto.



Figura 17. Evidencia de actividades para fortalecer el clima organizacional.
Fuente. Autor del Proyecto.

- **Diseño de piezas y reconocimientos al personal para generar sentido de pertenencia.** Teniendo en cuenta la importancia del clima organizacional, durante el desarrollo de la pasantía se realizaron varias actividades con el fin de fortalecer los vínculos de amistad y compañerismo en la empresa, a través de actividades de celebración de distintas fechas especiales.

En los cumpleaños se le entregó una tarjeta de cumpleaños diseñada por la Federación y un chocolate, en ocasiones que no se encontraban en la oficina se les envió al correo corporativo un mensaje de felicitaciones. (Ver Apéndice F)

- Intensidad: todos los días
- Colaboradores: Gestión humana
- Responsable: Pasante de comunicación social.
- Indicador: Medir calidad en el ambiente laboral



Figura 18. Reconocimientos al personal para generar sentido de pertenencia.

Fuente: Autor del proyecto.

Capítulo 4. Diagnóstico final

Luego de desarrollada la etapa de pasantías en el Campo Experimental Palmar de la Sierra se logró el cumplimiento de los objetivos planteados, así mismo, se logró realizar diferentes funciones como la investigación y redacción de artículos para la revista El palmicultor, cubrimiento de eventos con público interno y externo, actualización de redes, paralelamente a la estrategia de comunicación interna realizada.

Con la estrategia de comunicación interna se fortaleció la imagen corporativa del Campo Experimental mediante el diseño y actualización de la cartelera informativa y la creación de piezas gráficas y audiovisuales.

Gracias a las capacitaciones realizadas se les brindó herramientas de redacción y de trabajo en equipo a los colaboradores del Campo para seguir trabajando en pro de los objetivos corporativos de la organización.

En el clima organizacional se fortalecieron las buenas relaciones interpersonales de cada una de las áreas de la empresa; así mismo, se logró la motivación de los empleados, ya que son una base muy importante para la institución.

Conclusiones

Durante los seis meses, se realizaron diferentes actividades para fortalecer los procesos comunicativos internos de la empresa. Para la realización de cada una de las actividades del plan de trabajo se contó con el apoyo y aprobación de la Dirección y acompañamiento continuo por parte de las personas de las áreas de comunicación en Bogotá y gestión humana.

El propósito expuesto en el trabajo contó con la aceptación de los empleados de la institución quienes fueron los más interesados en realizar las estrategias comunicativas, que ayudaron a mejorar el ambiente laboral y los flujos de información entre los empleados.

Recomendaciones

La ausencia de un profesional que se encargue de mantener activo las estrategias de comunicación es indispensable, ya que existen muchas falencias con las comunicaciones manejadas desde Bogotá. Este profesional podrá continuar con las actividades propuestas y fomentar nuevas estrategias que sigan mejorando la imagen corporativa del Campo Experimental Palmar de la Sierra.

Es fundamental mantener informados a los empleados de todos los acontecimientos que pasan en el Campo, por esto hay que seguir alimentando las carteleras informativas y los canales de comunicación planteados anteriormente.

Se recomienda seguir implementando estrategias de motivación para el cliente interno, ya que son el equilibrio y el pilar fundamental de toda de la institución y de ello s depende el logro de los objetivos de la institución.

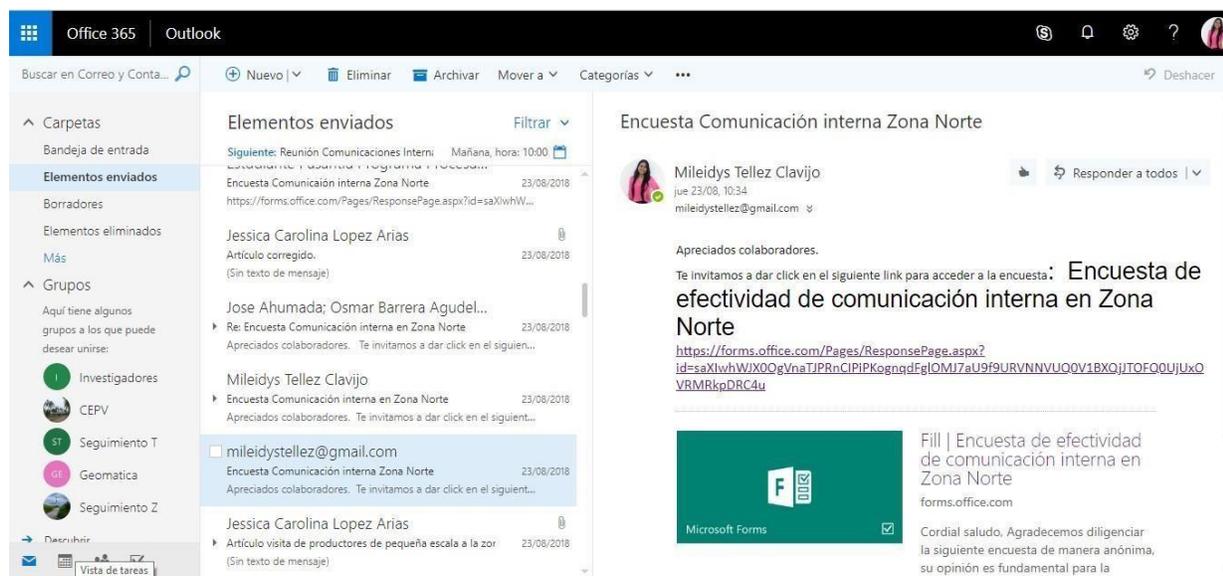
Referencias

- Acosta, Luis Alejandro; Jove Profesional, Unidad de Agricultura. (2015). *Guía práctica para la sistematización de proyectos*. Oficina Regional de la FAO para América Latina y el Caribe.
- Capriotti, P. (12 de 1998). *Bidireccional*.
Obtenido de http://www.bidireccional.net/Blog/Comunicacion_Interna.pdf
- Celis Morales, C. P. (2014). *Unimilitar*. Obtenido de https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/13586/1/ENSAYO_DE_GRADO_.pdf
- Cenipalma. (2018). Obtenido de <http://www.cenipalma.org/direccionamiento-Estrategico-cenipalma>
- Cenipalma. (2018). *Cenipalma.org*. Obtenido de <http://www.cenipalma.org/quienes-somos-cenipalma>
- Cenipalma. (2018). *Cenipalma.org*. Obtenido de <http://www.cenipalma.org/direccionamiento-estrategico-cenipalma>
- Cenipalma. (s.f.). *www.Cenipalma.org*. Obtenido de <https://www.cenipalma.org/quienes-somos-cenipalma>
- Fedepalma. (2018). *Isotool*. Obtenido de Isotool
- García Ramírez, M. G., & Ibarra Velazquez, L. A. (2010). *Eumed*. Obtenido de http://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1158/definicion_clima_organizacional.html
- González Díaz, R. A. (2016). *Redalyc*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/1872/187244133007.pdf>
- Moneris, A. (23 de 04 de 2017). *strat-comm*. Obtenido de <http://strat-comm.blogspot.com/>
- Montiel, S. (26 de 07 de 2017). *DEUSTO Formación*. Obtenido de <https://www.deustoformacion.com/blog/gestion-empresas/objetivos-beneficios-comunicacion-interna>
- Porto, J. P. (2008). *Definición.de*. Obtenido de <https://definicion.de/comunicacion/>

Apéndices

Apéndice A. Entrevista online a los empleados del Campo Experimental Palmar de la Sierra.

Fuente: Autor del proyecto.



The screenshot shows the Outlook interface with the following details:

- Navigation Pane (Left):** Shows folders like 'Carpetas', 'Elementos enviados', and 'Grupos'. The 'Grupos' section includes 'Investigadores', 'CEPV', 'Seguimiento T', 'Geomática', and 'Seguimiento Z'.
- Message List (Middle):** Displays a list of sent items. The selected item is from 'mileidystellez@gmail.com' with the subject 'Encuesta Comunicación interna Zona Norte' and the date '23/08/2018'.
- Message Content (Right):** Shows the email body from Mileidys Tellez Clavijo. The text includes:
 - Greeting: 'Apreciados colaboradores.'
 - Invitation: 'Te invitamos a dar click en el siguiente link para acceder a la encuesta: Encuesta de efectividad de comunicación interna en Zona Norte'
 - Link: <https://forms.office.com/Pages/ResponsePage.aspx?id=saXlwhWjXODgVnaTJPRnCIPIPKogngdFgIOMJ7aU9f9URVNNVU0QV1BXOjJTOFQ0UjUxOVRMRkpDRC4u>
 - Image: A Microsoft Forms logo with the text 'Fill | Encuesta de efectividad de comunicación interna en Zona Norte' and 'forms.office.com'.
 - Closing: 'Cordial saludo, Agradecemos diligenciar la siguiente encuesta de manera anónima, su opinión es fundamental para la'.

Encuesta de efectividad de comunicación interna en Zona Norte

Cordial saludo,

Agradecemos diligenciar la siguiente encuesta de manera anónima, su opinión es fundamental para la Federación.

Objetivo: La encuesta busca analizar la efectividad de la comunicación interna entre los colaboradores del Campo Experimental Palmar de la Sierra, CEPS, para posterior formulación y desarrollo de una estrategia de comunicación.

Esperamos tu respuesta antes del martes, 31 de agosto del 2018. Si tienes alguna duda o inquietud contacta a: Mileidys Tellez Clavijo, Pasante de Comunicaciones en Zona Norte.

Hola, Mileidys: al enviar este formulario, el propietario podrá ver su nombre y dirección de correo electrónico.

1. ¿Conoce usted la cultura corporativa de la Federación (visión, misión, valores institucionales y objetivos estratégicos)?

- Si
- No

2. ¿Percibe usted un buen clima laboral en el CEPS?

- Si
- No

3. ¿Cree usted que la comunicación entre las diferentes áreas y programas de investigación es oportuna y clara?

- Si
- No

4. ¿Recibe usted algún tipo de reconocimiento por su buen desempeño laboral?

- Si
- No

5. ¿A través de qué canal de comunicación se entera de los asuntos de la Federación?

- Correo corporativo
- Carteleras informativas
- Intranet
- Reuniones informativas
- Ninguno de los anteriores

6. ¿Qué canal de comunicación utiliza para ejecutar sus actividades laborales?

- Correo corporativo
- Internet
- Teléfono
- Reuniones
- Ninguno de los anteriores

7. ¿Su jefe inmediato le informa de manera oportuna sobre el acontecer de la Federación?

- Sí
- No

8. ¿Cree usted que existen dificultades para comunicarse con la alta dirección de la Federación?

- Sí
- No

9. Si tiene algún aporte o comentario que puede ayudar al mejoramiento de la comunicación interna en Zona Norte, lo invitamos a compartirla con nosotros a continuación:

Escriba su respuesta

Enviar

Apéndice B. Diseño y actualización de la cartelera informativa.
Fuente: Autor del proyecto.



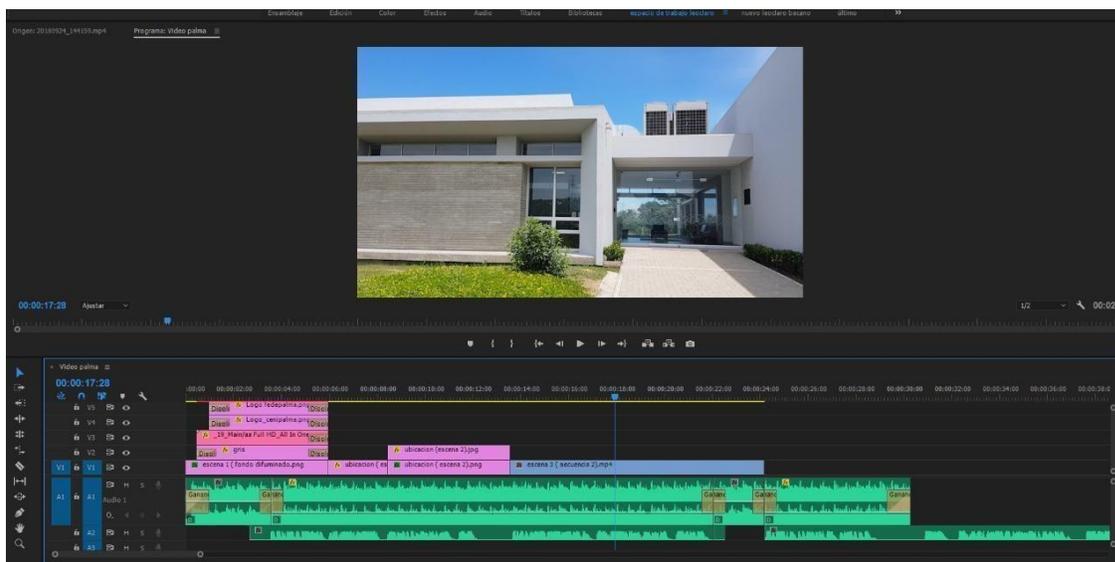
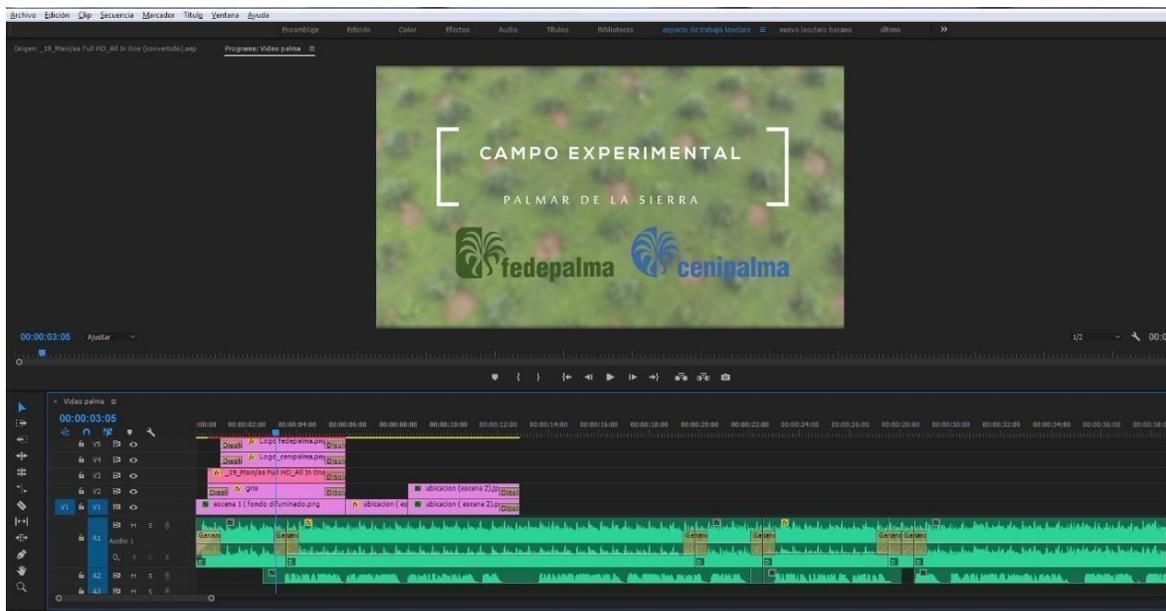
Nota: Cartelera infromativa antes de iniciar la pasantia.



Nota: Cartelera informativa después de realizar la pasantía.

Apéndice C. Elaboración de piezas gráficas y audiovisuales (afiches, videos, etc.)

Fuente: Autor del proyecto.





¡Vamos a festejarlo!



Comunicaciones Internas

La Oficina de Gestión Humana te invita a celebrar este **viernes 21 de septiembre** los cumpleaños de nuestros colaboradores/as de los meses:



¡Te esperamos!





Felicitaciones agosto



Equipo ganador del Torneo Relámpago Fútbol 5 Mixto del CEPS



¡Felicitaciones!
A todos/as mil gracias
por participar



Tejiendo lazos de amistad



Comunicaciones Internas

Con el ánimo de celebrar el día de amor y amistad, te invitamos a participar al 'amigo secreto'

-  Plazo de inscripción: **7 de septiembre**
-  Entrega de papeles: **10 de septiembre**
-  Endulzada: **17 al 28 de septiembre**
-  **Viernes 5 de octubre**
-  Monto mínimo para el detalle: **\$ 30.000**

¡Anímate a participar en esta actividad!



Momentos especiales en Zona Norte



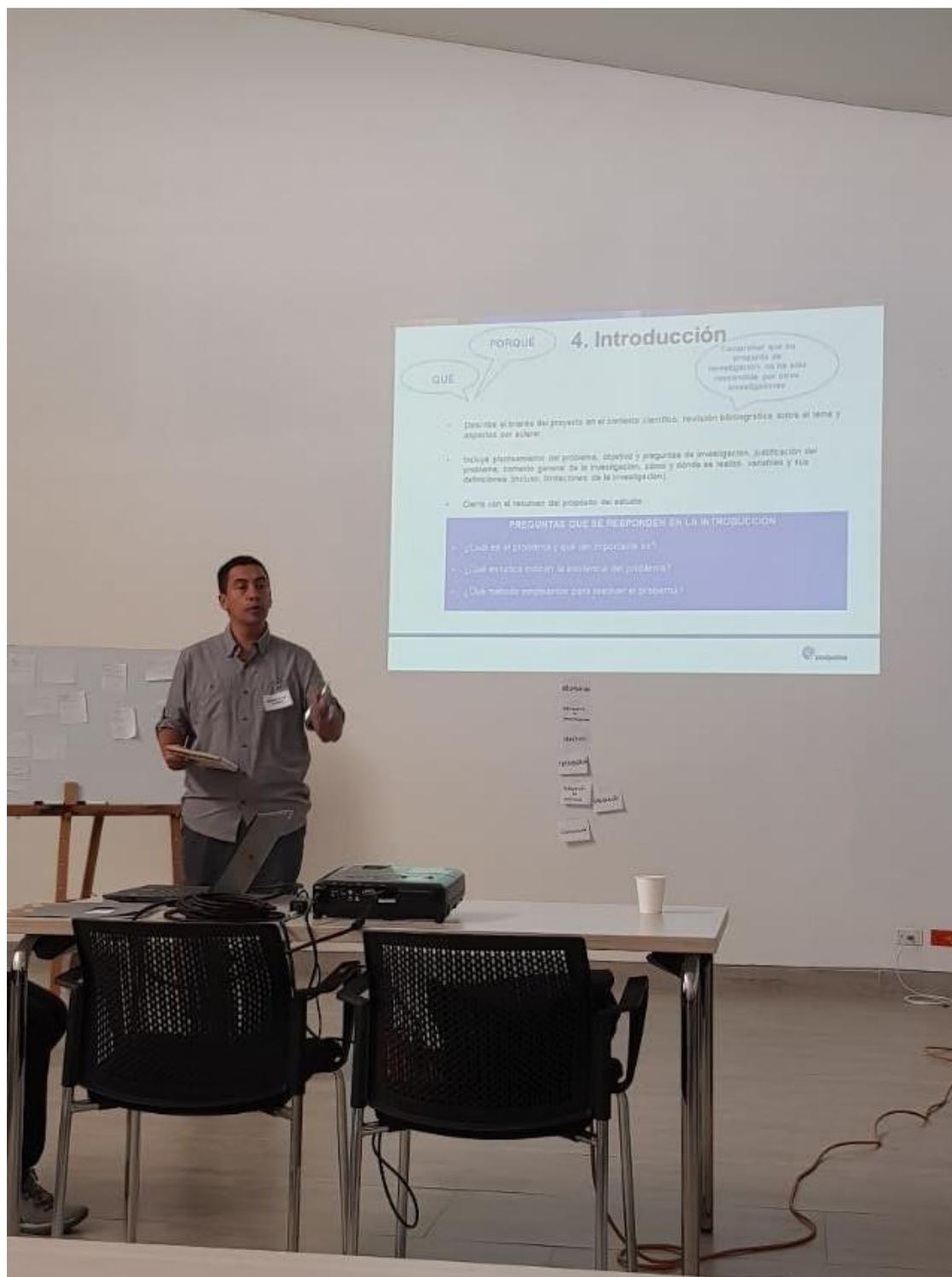
Comunicaciones Internas



Apéndice D. Realización de capacitaciones.
Fuente: Autor del proyecto.



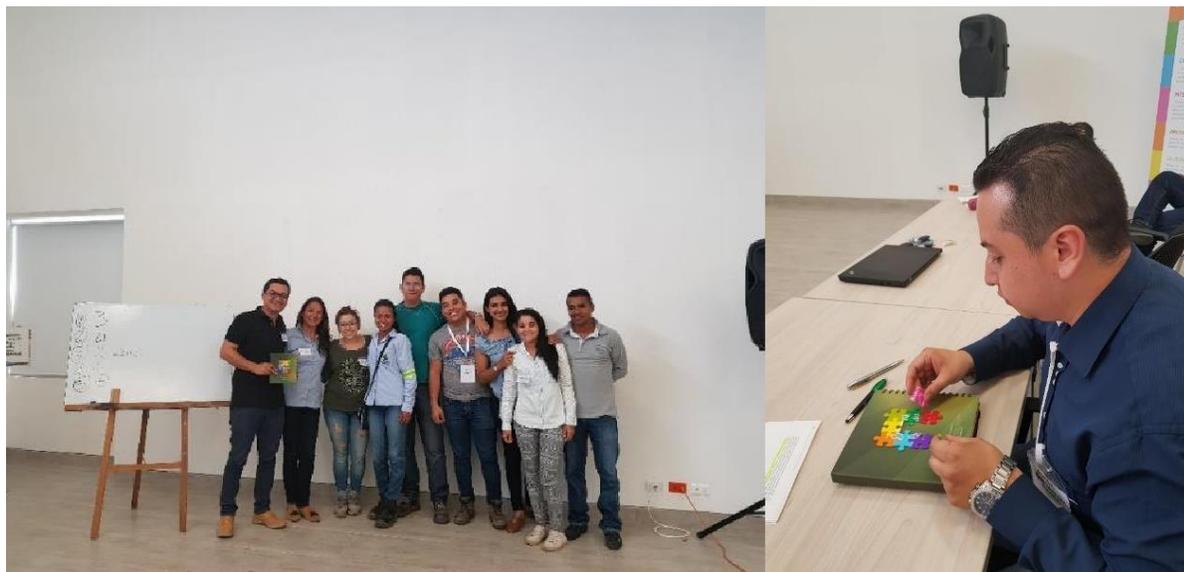
Nota: Capacitación: "cómo escribir un artículo científico".



Nota: Capacitación: “cómo escribir un artículo científico”.



Nota: Capacitación: "cómo escribir un artículo científico".



Nota: Actividad: "soy ficha clave".



Nota: Actividad: "soy ficha clave".



Nota: Actividad: "soy ficha clave".



Nota: Actividad: "soy ficha clave".

Apéndice E. Realización y organización de actividades para fortalecer el clima organizacional de la empresa.
Fuente: Autor del proyecto



Nota: Actividad: la carretilla.



Nota: Actividad: juego de pin pon.



Nota: Actividad: juego de pin pon.



Nota: Actividad: juego de bolos.



Nota: Ganadores de torneo de fútbol mixto.



Nota: Torneo de fútbol.

Apéndice F. Diseño de piezas y reconocimientos al personal para generar sentido de pertenencia.
Fuente: Autor del proyecto.



Nota: Celebración de cumpleaños.



Nota: Celebración de cumpleaños.



Nota: Celebración de cumpleaños.



Nota: Entrega de tarjeta de felicitación y chocolate a los colaboradores que cumplen años.



Nota: celebración de cumpleaños.



Nota: Celebración de cumpleaños.