	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO MODALIDAD PASANTÍAS	F-AC-DBL-007	10-04-2012	A
Dependencia	Aprobado	Pág.		
DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	SUBDIRECTOR ACADEMICO	1(67)		

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	KAREN ROCÍO RANGEL MÉNDEZ		
FACULTAD	FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES		
PLAN DE ESTUDIOS	PLAN DE ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL		
DIRECTOR	ANDREA CAROLINA HERRERA ANDRADE		
TÍTULO DE LA PASANTIA	DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA FORTALECER EL CLIMA ORGANIZACIONAL EN LOS EMPLEADOS DE LA FUNDACIÓN ECOLÓGICA AMBIENTAL VIDA NATURAL FUNVINAT.		
RESUMEN (70 palabras aproximadamente)			
<p>SE DISEÑÓ UNA ESTRATEGIA COMUNICATIVA QUE PERMITIÓ FORTALECER EL CLIMA ORGANIZACIONAL EN APROXIMADAMENTE 8 EMPLEADOS CON LOS QUE CUENTA ACTUALMENTE ESTA FUNDACIÓN. POR TAL RAZÓN, SE INICIÓ LA ESTRATEGIA CON UN DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN INTERNA QUE PERMITIÓ ARROJAR LOS PROBLEMAS ESPECÍFICOS DE CLIMA ORGANIZACIONAL DE ESTA INSTITUCIÓN DE CARÁCTER PRIVADO, UTILIZANDO INICIALMENTE UNA OBSERVACIÓN DE CAMPO DONDE SE DESCRIBIÓ LOS HECHOS O CIRCUNSTANCIAS EN LAS QUE SE EVIDENCIARON ALGUNAS DEBILIDADES EN ESTE ASPECTO.</p>			
CARACTERÍSTICAS			
PÁGINAS: 64	PLANOS:	ILUSTRACIONES:15	CD-ROM:1



DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA
PARA FORTALECER EL CLIMA ORGANIZACIONAL EN LOS EMPLEADOS DE LA
FUNDACIÓN ECOLÓGICA AMBIENTAL VIDA NATURAL FUNVINAT

Autor

KAREN ROCÍO RANGEL MÉNDEZ

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de
Comunicadora Social.

Director:

ANDREA CAROLINA HERRERA ANDRADE

Comunicadora Social

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

Ocaña, Colombia

agosto de 2019

Índice

	Pág.
Capítulo 1. Diseño de una estrategia de comunicación interna para fortalecer el clima organizacional en los empleados de la fundación ecológica ambiental vida natural funvinat.....	1
1.1. Descripción breve de la empresa.....	1
1.1.1. Misión.	2
1.1.2. Visión.	2
1.1.3. Objetivos institucionales de la empresa.....	2
1.1.4. Descripción de la estructura organizacional	3
1.1.5. Descripción de la dependencia y/o proyecto al que fue asignado. .	5
1.2. Diagnóstico inicial de la dependencia asignada (DOFA)	6
1.2.1. Planteamiento del problema.	7
1.3. Objetivos de la pasantía.....	8
1.3.1. General.	8
1.3.2. Específicos.	8
1.4. Descripción de las actividades a desarrollar en la misma.....	9
Capítulo 2. Enfoques referenciales.....	11
2.1. Enfoque conceptual	11
2.1.1. Estrategia de Comunicación.	11
2.1.2. Clima Organizacional.	12
2.1.3. Comunicación interna.	13
2.1.3.2. <i>La Comunicación descendente</i>	14
2.1.4. Canales de comunicación internos	15
2.2. Enfoque legal.....	16
2.2.1. <i>Constitución Política de Colombia</i>	16
Capítulo 3. Informe de cumplimiento de trabajo.	18

3.1. Presentación de resultados.....	18
3.1.1. Metodología y formato para conocer cómo se encuentra la fundación frente al clima organizacional.	18
3.1.2. Elaboración y aplicación de una encuesta a todo el personal para identificar las causas que afectan el clima organizacional.	21
3.1.3. Graficar los resultados de la encuesta aplicada a los trabajadores.	23
3.1.4. Medios de comunicación interno para mantener informado al personal de los eventos institucionales.	27
3.1.5. Realizar charlas que permitan mejorar el Clima Organizacional en la Fundación.	29
3.1.6. Establecer jornadas de integración con los empleados de la Fundación.	31
3.1.7. Implementar un medio a través del cual los empleados formulen sugerencias que contribuyan al mejoramiento del clima laboral.	32
3.1.8. Determinar piezas graficas que contengan mensajes que motiven a los empleados.	32
3.1.9. Encuesta tipo Likert.	33
3.1.10. Resultados de la encuesta tipo Likert.	37
3.1.11. Presentar y facilitar, vía digital, al representante legal, la estrategia aplicada en la fundación y los resultados que se obtuvo.	44
Capítulo 4. Diagnóstico final.	45
Capítulo 5. Conclusiones.	47
Capítulo 6. Recomendaciones.	49
Referencias.....	50
Apéndice.....	52

Lista De Tablas

	Pág.
Tabla 1. Diagnóstico Inicial De La Dependencia Asignada (DOFA)	6
Tabla 2. Descripción De Las Actividades A Desarrollar En La Misma.....	9
Tabla 3. Formato De La Guía De Observación Cualitativa.....	19
Tabla 4 Elaboración De Encuesta Clima Organizacional.....	22
Tabla 5 ¿Considera Que Fue Adecuada La Estrategia De Comunicación Interna Implementada En La Fundación?.....	37
Tabla 6 ¿Considera Que Las Estrategias Contribuyeron En El Mejoramiento Del Clima Organización De La Fundación?	38
Tabla 7 ¿Quedó Satisfecho Con Las Estrategias Realizadas Por Parte De La Autora Del Proyecto?.....	39
Tabla 8 ¿Considera Que Las Estrategias Utilizadas Mejoraron Los Canales De Comunicación Interna De La Fundación?.....	40
Tabla 9 ¿Considera Que Este Proyecto Contribuyo Al Mejoramiento De Las Relaciones Interpersonales Entre Los Mismos Compañeros De Trabajo?	41
Tabla 10 ¿Después De La Estrategia Aplicada Se Siente Motivado(A) Para Seguir Realizando Su Labor?	42
Tabla 11 ¿Le Gustaría Que Se Siguieran Aplicando Estas Clases De Estrategias En La Fundación?.....	43

Lista De Figuras

	Pag.
Figura 1. Organigrama de la Fundación Ecológica Ambiental Vida Natural Funvinat.....	5
Figura 2. Resultado cuantitativo de la encuesta aplicada clima organizacional.	23
Figura 3. Encuesta aplicada sobre Clima organizacional	27
Figura 4. Canales de Comunicación.	28
Figura 5 Charlas de Clima Organizacional.	30
Figura 6. Jornadas Lúdicas.	31
Figura 7. Buzón de sugerencias.	32
Figura 8. Piezas gráficas.	33
Figura 9. Resultados de Encuesta tipo Likert.	36
Figura 10. ¿Considera que fue adecuada las estrategias de comunicación interna implementada en la Fundación?.....	37
Figura 11. ¿Considera que las estrategias contribuyeron en el mejoramiento del clima organizacional de la fundación?.....	38
Figura 12. ¿Quedó satisfecho con las estrategias realizadas por parte de la autora del proyecto.	39
Figura 13. ¿Considera que las estrategias utilizadas mejoraron los canales de comunicación interna de la fundación?	40
Figura 14. ¿Considera que este proyecto contribuyo al mejoramiento de las relaciones interpersonales entre los mismos compañeros de trabajo?.	41
Figura 15. ¿Después de la estrategia aplicada se siente motivado(a) para seguir realizando su labor?.....	42
Figura 16. ¿Le gustaría que se siguieran aplicando estas clases de estrategias en la fundación?.	43
Figura 17. Presentación de la estrategia y los resultados obtenidos.	44

Lista de Apéndice

	Pág.
Apéndice A. Evidencia del trabajo realizado con satisfacción.	52
Apéndice B. Encuestas aplicadas de los trabajadores.	53

Resumen.

Con el objetivo de fortalecer los procesos de comunicación interna en los empleados de la Fundación Ecológica Ambiental Vida Natural Funvinat, se diseñó una estrategia comunicativa que permitió fortalecer el clima organizacional en aproximadamente 8 empleados con los que cuenta actualmente esta fundación.

Por tal razón, se inició la estrategia con un diagnóstico de comunicación interna que permitió arrojar los problemas específicos de clima organizacional de esta institución de carácter privado, utilizando inicialmente una observación de campo donde se describió los hechos o circunstancias en las que se evidenciaron algunas debilidades en este aspecto, metodología que se llevó a cabo por dos semanas, donde se pudo observar que era necesario fomentar capacitaciones sobre la convivencia laboral y clima organizacional; para esto, se desarrollaron estrategias de mejoramiento y bienestar para los funcionarios.

Por otro lado, se realizó una encuesta como método de recolección de información con preguntas cerradas, con una escala que abarcó ítems como: “De acuerdo, más o menos de acuerdo, en desacuerdo”. Finalmente, estas encuestas arrojaron un resultado favorable.

Asimismo, se dio cumplimiento a los objetivos y actividades planteadas, alcanzando un resultado positivo, ya que se lograron crear mejores canales de comunicación y maneras de interactuar directamente entre funcionarios a través de diferentes espacios comunicativos.

Finalmente se aplicó una encuesta tipo Likert, con el objetivo de conocer y medir el grado de satisfacción o aceptación que tuvo la estrategia de comunicación interna aplicada en la fundación.

Introducción.

El clima organizacional, llamado también clima laboral, es un tema de suma importancia para todas las organizaciones que buscan un continuo mejoramiento en el ambiente de trabajo y así; alcanzar una mayor productividad y mejora en el servicio ofrecido. Realizar un estudio sobre el clima organizacional permite hallar aspectos que estén influenciando negativamente en el ambiente de la organización (PERALTA, 2002, p.1)

Todo tipo de organización, sea pequeña, mediana o grande, tiene la necesidad de manejar tres factores muy importantes como los son: un buen clima organizacional, una buena comunicación interna y sobre todo crear planes estratégicos que le ayude a cumplir las metas y los objetivos planteados. Cuando se habla de clima organizacional se refiere al ambiente interno que se vive en la organización.

Campbell (1976) considera que “el clima organizacional es causa y resultado de la estructura y de diferentes procesos que se generan en la organización, los cuales tienen incidencia en la perfilación del comportamiento” (p.19)

Tagiuri (1968) afirmó que “el clima organizacional es una cualidad relativa del medio ambiente interno de una organización que la experimenta sus miembros e influye en la conducta de estos. Se puede describir en términos de los valores de un conjunto particular de características.” (p.18)

Teniendo en cuenta que el clima organizacional es clave para toda compañía, se deben crear estrategias de comunicación que impulsen a las entidades a mejorar su ambiente laboral.

Las estrategias de comunicación son acciones y decisiones programadas para comunicar de una manera efectiva unos intereses concretos basándose en esta oportunidad en el clima organizacional; tales estrategias permiten que en la organización se encuentre personal altamente calificado y sobre todo capaces de compartir valores y opiniones; lo que fortalece a la compañía ya que logra un alto grado de satisfacción en los empleados e impulsan a los propietarios a tener presente la importancia de la comunicación interna y el clima organizacional.

(Scheinsohn, 2009) Aseguró que la comunicación estratégica es “una interactividad que interviene para asistir a los procesos de significación, ya sean éstos en empresas o en cualquier otro sujeto social” Dicho proceso permite a las organizaciones puesto que forma parte del proyectar de planes estratégicos los cuales pretenden el cumplimiento seguro de las metas que tienen los individuos de una empresa.

El clima organizacional y la comunicación interna tienen un gran valor dentro de las organizaciones, al no existir una buena relación, comunicación o actitud por parte del capital humano; jamás podrá desarrollarse un buen trabajo en equipo y esto no solo afecta a todos los miembros del grupo, sino que también afecta el rendimiento productivo de la empresa creando una serie de inconvenientes dentro y fuera de la organización. Ninguna empresa puede funcionar correctamente si los procesos de comunicación que se manejan dentro de ella son malos, porque tienen como consecuencia desmotivación laboral, mala comunicación, mala organización,

actitudes negativas y diferencias entre los empleados, afectando de tal manera el rendimiento laboral de la organización.

Capítulo 1. Diseño de una estrategia de comunicación interna para fortalecer el clima organizacional en los empleados de la fundación ecológica ambiental vida natural funvinat

1.1. Descripción breve de la empresa.

Es una entidad privada sin ánimo de lucro, creada en el 2002 en el municipio de Ponedera (Atlántico) por iniciativa de un grupo de personas con el propósito de adelantar acciones en beneficio de los sectores menos favorecidos del sur occidente del Caribe Colombiano, en respuesta a la decreciente calidad de vida de los colombianos. Inscrita ante la Cámara de Comercio de Barranquilla, identificada con el Nit: 802 017 907-9, Asociándose para apoyar los procesos de interés social y ser una generadora permanente de opinión en el sector que lo requiera, adecuando su estructura administrativa y manejando esquemas de pro-actividad a través de sus fundadores y en representación de ellos.

El esfuerzo y trabajo de la Fundación se han dirigido hacia la implementación de programas de Desarrollo Comunitario, Social, Desarrollo Empresarial, Educativo y Vivienda, con la finalidad de responder a las expectativas de las comunidades, a través de la generación de los procesos de desarrollo social y económico consistentes. Para ello la entidad cuenta con un equipo humano altamente capacitado conformado por profesionales en distintas áreas que implementan y administran los programas.

1.1.1. Misión. Propiciar un desarrollo humano integral en todos los sectores de la población interesados en la transformación de la población colombiana, mediante el desarrollo de las áreas de recreación, cultura, capacitación y producción de programas de esparcimiento que promuevan el bienestar de la salud mental del individuo y la sociedad en general.

1.1.2. Visión. FUNVINAT es una empresa de pensamiento, que, a través de su actividad investigativa y práctica, ha logrado incidir de manera decisiva, en la formulación de política en temas estratégicos para la región, demostrando una gran capacidad de articulación de instituciones e intereses comunes. Por eso encaminamos el sueño de construir una red humana integrada por seres de pensamiento honesto y liderazgo, con el fin educativo para ofrecer oportuna y eficazmente modalidades de servicio que la sociedad requiera en su proceso de desarrollo social

1.1.3. Objetivos institucionales de la empresa. Crecer y superarse constantemente en forma armónica valorando y desarrollando la dimensión espiritual, intelectual, física, psico-afectiva y social.

- Tomar decisiones autónomas y ser capaces de resolver sus propios problemas.
- Tener una conciencia clara sobre lo que ocurre en su entorno y en el contexto social y nacional; capacitarse y participar en la construcción de una sociedad democrática

donde prevalezca el Amor, la Justicia, la Paz, la Solidaridad y la Reconciliación con el prójimo.

- Tener criterios propios y a la vez ser flexibles, sensibles y abiertos a nuevas ideas y respetuosos de los puntos de vista y opiniones de otras personas.

1.1.4. Descripción de la estructura organizacional. La estructura organizacional de la Fundación Ecológica Ambiental Vida Natural Funvinat presentada en la Figura 1, está constituida por el representante legal, el coordinador general de la fundación, los coordinadores asignados a los distintos departamentos, el departamento de comunicaciones y la psicóloga.

- **El representante legal:** Es cabeza encargada de la toma de todas las decisiones de la fundación, desde la búsqueda de financiación, hasta la inversión de los recursos que se obtienen para financiación, vigila y hace seguimiento y control a las labores de cada una de las áreas, es la encargada básicamente de la toma de decisiones en la fundación, cuenta con todo el poder. El coordinador general de la fundación: es el encargado de dirigir, vigilar y coordinar las actividades que se hacen diariamente en la fundación.
- **El coordinador del departamento de lúdica:** Es el encargado de coordinar al grupo lúdico y los dramatizados que se van a mostrar al público.

- **Coordinador del departamento de logística:** Es el encargado de velar por que todo su equipo de trabajo cumpla con tener en el lugar del evento o actividad todas las herramientas que se vayan a utilizar como sillas, pendones, mesas, carpas, agua, refrigerio, etc.
- **Departamento de comunicaciones:** Es el encargado de dar a conocer al público todas las actividades que se realizan o se vayan a realizar, esto se hace a través de la emisora y las redes sociales.
- **Psicóloga:** Es la encargada de atender los casos que se presenten en las distintas poblaciones con las que trabaja la fundación, realiza las charlas sobre los distintos temas planteados para los eventos y es la que aprueba si los dramatizados están actos para presentarse al público.

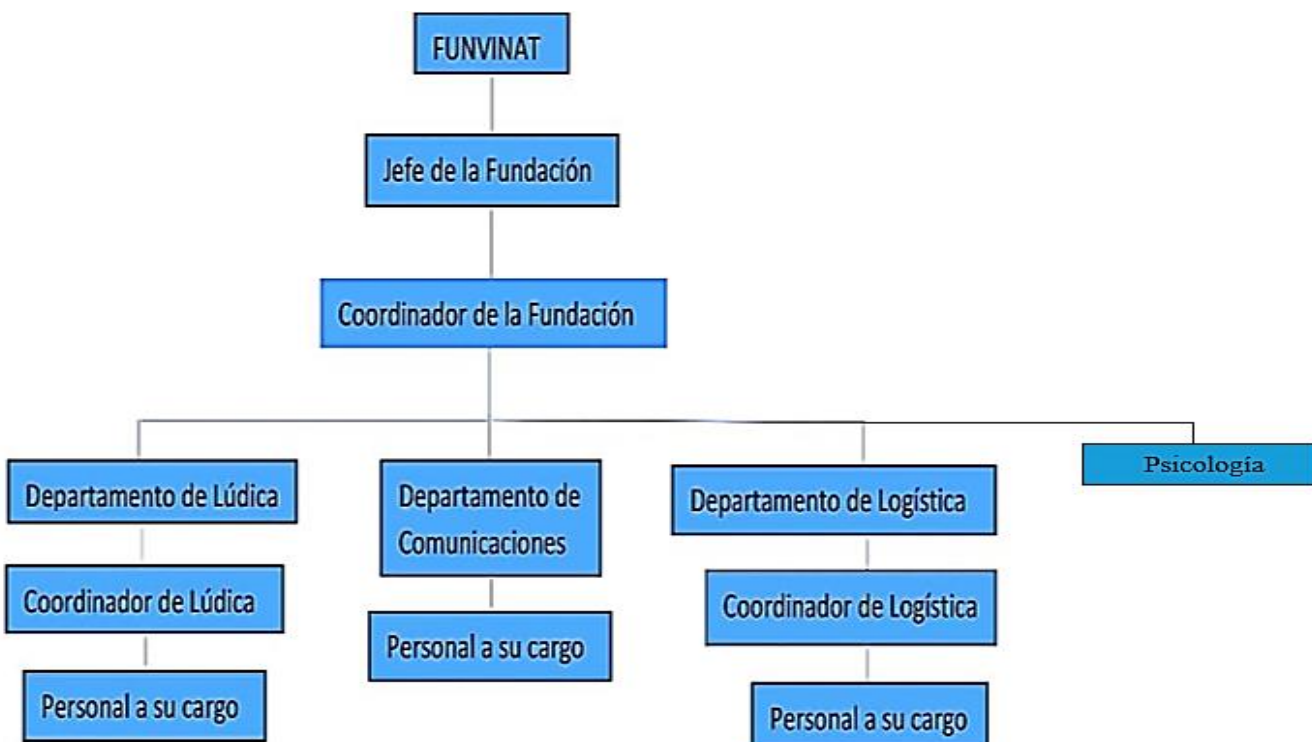


Figura 1. Organigrama de la Fundación Ecológica Ambiental Vida Natural Funvinat.
Fuente: Funvinat

1.1.5. Descripción de la dependencia y/o proyecto al que fue asignado. La Fundación Ecológica Ambiental Vida Natural Funvinat cuenta con el área de comunicaciones la cual de vital importancia para la empresa encargándose de la comunicación interna y externa de la fundación, brindando una información clara y oportuna.

El departamento de comunicaciones está a cargo de la Karen Rangel pasante de comunicación social y en el momento esta área cuenta con solo 2 personas, las cuales se encargan de manejar todo el proceso de comunicación dentro y fuera de la fundación.

Mi rol es brindar charlas a los grupos de población a los cuales se dirige la fundación, tener evidencias de todos los eventos y actividades, realizar todos los meses el informe que demuestra el cumplimiento de las actividades, entre otros.

1.2. Diagnóstico inicial de la dependencia asignada (DOFA)

Tabla 1.

Diagnóstico inicial de la dependencia asignada (DOFA)

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
INTERNAS	<ul style="list-style-type: none"> • Credibilidad al ser una entidad que presta un servicio de calidad a todos sus usuarios. • Buen manejo de identidad corporativa • Cuenta con un personal profesional dispuesto a trabajar oportunamente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bajo nivel de convivencia laboral. • Falta de coordinación sobre la comunicación interna. • La mayoría de la comunicación interpersonal se maneja a través de medios digitales.
	OPORTUNIDADES	Estrategia FA
EXTERNA	<ul style="list-style-type: none"> • El trabajo que realiza la Fundación es de impacto social. • Buena relación publica con entidades del Estado para el cumplimiento de sus actividades. • Página de Facebook para peticiones, quejas, reclamos y felicitaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Implementar una estrategia que dé a conocer la importancia del clima organizacional, para un mejor desempeño laboral y profesional.
		Estrategia FO
	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño de una estrategia para mejorar el clima laboral en los empleados de Fundación Ecológica Ambiental Vida Natural Funvinat. 	

	AMENAZAS	Estrategia DO	Estrategia DA
EXTERNA	<ul style="list-style-type: none"> • Existen competencias en el entorno. • No cuenta con un buen posicionamiento en el mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitar al personal en relación del trabajo en equipo para ser más eficiente en su labor. 	<ul style="list-style-type: none"> • Motivar a los empleados a la participación de actividades programadas, como, pausa activa, reuniones, campañas internas e información general.

Fuente: pasante

1.2.1. Planteamiento del problema. El clima organizacional es un tema de suma importancia para cualquier organización. Sin importar la cantidad de trabajadores con los que cuente la empresa, está siempre debe cumplir funciones de responsabilidad y así tener un grupo de trabajo más unidos y con ganas de cumplir su labor.

Pero todo esto está netamente relacionado con la comunicación interna ya que esta es la que mantiene viva a la organización. Una buena comunicación interna en la empresa genera entusiasmo a los trabajadores lo que tendrá como resultado mayor productividad laboral y un excelente clima organizacional; de lo contrario solo se presentará inconformidad y desinterés en el área de trabajo, el cual afecta mucho a la empresa ya que tendrán empleados desmotivados, que no generan ideas que pueden beneficiar el desarrollo de la asociación. Por tal motivo una organización siempre debe brindar al trabajador una zona laboral donde puedan expresar sus opiniones y se respete el punto de vista de cada uno.

Actualmente la Fundación Ecológica Ambiental Vida Natural FUNVINAT no maneja un buen clima organizacional, ya que no cuenta con buenos canales de comunicación entre las

diferentes dependencias que la conforman, obteniendo como resultado desintegración entre los trabajadores debido a la poca comunicación.

En la actualidad la fundación maneja actitudes que no contribuyen al bienestar del trabajador ignorando el tema del clima laboral, la comunicación y la cultura organizacional, por tal motivo es difícil que en ocasiones nuevos empleados se adapten al área o grupo de trabajo.

Como alternativas para dar solución a esta problemática, se pueden implementar estrategias de comunicación internas que impulsen la motivación, satisfacción y reconocimiento hacia los empleados para así mejorar el clima organizacional de la fundación.

1.3. Objetivos de la pasantía.

1.3.1. General. Desarrollar una estrategia comunicativa para fortalecer el clima organizacional de la Fundación Ecológica Ambiental Vida Natural.

1.3.2. Específicos. Realizar un diagnóstico situacional del clima organizacional de la Fundación Ecológica Ambiental Vida Natural Funvinat.

- Definir las fases de la estrategia de clima organizacional de la Fundación Ecológica Ambiental Vida Natural Funvinat.
- Implementar la estrategia y evaluar los resultados.

1.4. Descripción de las actividades a desarrollar en la misma.

Tabla 2.

Descripción de las actividades a desarrollar en la misma

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ACTIVIDADES
<p>1. Realizar un diagnóstico situacional del clima organizacional de la Fundación Ecológica Ambiental Vida Natural Funvinat</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Realizar una metodología y formato para conocer cómo se encuentra la fundación frente al clima organizacional. • Elaborar y aplicar una encuesta a todo el personal para identificar las causas que afectan el clima organizacional. • Graficar los resultados de la encuesta aplicada los trabajadores.
<p>2. Definir las fases de la estrategia del clima organizacional de la Fundación Ecológica Ambiental Vida Natural Funvinat</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizar distintos medios de comunicación interno para mantener informado al personal de los eventos institucionales. (WhatsApp y Cartelera institucionales.) • Realizar charlas que permitan mejorar el Clima Organizacional en la Fundación. • Establecer jornadas de integración con los empleados de la Fundación. • Implementar un medio a través del cual los empleados formulen sugerencias que contribuyan al mejoramiento del clima laboral. (Buzón de sugerencia.) • Determinar piezas graficas que contengan mensajes que motiven a los empleados.

3. Implementar la estrategia y evaluar los resultados

- Realizar una encuesta tipo Likert a cada trabajador, con el objetivo de conocer el grado de satisfacción o aceptación que tuvo la estrategia de comunicación interna aplicada en la fundación.
- Graficar los resultados de la encuesta tipo Likert, aplicada para medir el grado de satisfacción que obtuvo la estrategia de comunicación aplicada en la fundación.
- Presentar y facilitar, vía digital, al representante legal, la estrategia aplicada en la fundación y los resultados que se obtuvo.

Fuente: Pasante.

Capítulo 2. Enfoques referenciales.

2.1. Enfoque conceptual

2.1.1. Estrategia de Comunicación. “La estrategias de comunicación es el proceso que tiene que conducir en un sentido y con un rumbo, la voluntad planificada del hombre hacia el logro de objetivos generales que permitan modificar; la realidad de la cual partimos, sin perder el rumbo, sin perder lo esencial de esos propósitos”. (Viera, 2013, p. 214)

Por otro lado, Según Arellano (1998) La planificación estratégica no debe verse como un conjunto de conceptos, métodos y técnicas que pueden ser enseñadas y aprendidas al nivel de habilidad. Es más, una combinación de fundamentos filosóficos y del comportamiento, localizados al nivel de conocimientos y de las actitudes, tanto personales como profesionales y que tiene profundas y significativas implicaciones para la cultura de las organizaciones y las posturas futuras.

Igualmente, una estrategia de comunicación permite planificar de una forma más organizada los objetivos propuestos, a través del uso de métodos, técnicas y enfoques de comunicación; por tal motivo se puede deducir que antes de pensar en la estrategia de comunicación se deben tener en cuenta objetivos muy claros.

2.1.2. Clima Organizacional. El Clima Organizacional es un asunto de suma importancia para todas las organizaciones que buscan un continuo cambio o mejoramiento en el ambiente de su organización; y así lograr un incremento en la productividad, sin olvidar la importancia del recurso humano.

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

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

Por último, (Álvarez, 2006) se refiere al clima organizacional como el ambiente propio de la organización, producido y percibido por el individuo de acuerdo a las condiciones que encuentra en su proceso de interacción social y en la estructura

organizacional que se expresa por variables (objetivos, motivación, liderazgo, control, toma de decisiones, relaciones interpersonales y cooperación) que orientan su creencia, percepción, grado de participación y actitud; determinando su comportamiento, satisfacción y nivel de eficiencia en el trabajo.

2.1.3. Comunicación interna. La comunicación interna es el conjunto de acciones ejecutadas por cualquier organización que busque tener o mantener buenas relaciones con y entre sus miembros, usando distintos medios de comunicación que mantengan informados, motivados e integrados a los trabajadores y así contribuyan a través de su trabajo el logro de los objetivos organizacionales.

Según (Pizzolante, 2004) la comunicación interna o corporativa define situaciones en donde dos o más personas intercambian, comulgan o comparten principios, ideas o sentimientos de la empresa con visión global. Las organizaciones requieren que puedan desarrollarse estrategias de comunicación interna para todo el personal, ya que esto permite mejor confianza, empatía y sobre todo conocer los aspectos emocionales y mentales que experimenta sus compañeros de trabajo en sus áreas de trabajo; por otra parte (Robbins, 1999) señala que la comunicación interna se divide en tres tipos:

2.1.3.1. Comunicación ascendente. Este tipo de comunicación fluye hacia un nivel superior en el grupo o la organización. Se utiliza para proporcionar retroalimentación a los de arriba, informarle hacia el progreso de las metas y darles a conocer problemas actuales. Aquí los gerentes pueden saber cómo se sienten los empleados en sus puestos de trabajo,

con sus compañeros de trabajos y con la organización en general. Aquí se pueden usar algunos medios comunicacionales como son: Los correos electrónicos, entrevistas al personal, buzón de sugerencias y retroalimentaciones grupales.

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

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

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

Así se podrá llegar a una efectividad en la comunicación que las personas transmitan, ya sea a niveles descendentes, ascendentes o laterales.

Por tal motivo, la comunicación interna permite el cambio, disminuyendo el grado de oposición, aumentando el grado de compromiso y adaptación a nuevas o distintas situaciones. La comunicación interna ha logrado posicionarse como una herramienta estratégica e importantes para las empresas con el fin de mejorar las relaciones con sus empleados.

2.1.4. Canales de comunicación internos (Maria Castro y Laura Jimenez, 2008) afirman que los canales de comunicación al interior de la organización se han convertido en una herramienta fundamental para mantener informadas a las personas que están relacionadas con la empresa; además, estos difunden y fortalecen la cultura y los objetivos organizacionales. Tal y como se ha dicho, los medios de comunicación son utilizados para el mantenimiento de una visión compartida y la disminución del rumor al interior de la organización; con esto se hace necesario que los medios sean un canal abierto que permitan la retroalimentación y no se queden en el papel de informantes unidireccionales; de esta manera se impulsa y fomenta el trabajo en equipo. En consecuencia, la creación de un medio de comunicación para una organización no se puede quedar en el diseño inicial, debe estar en constante actualización con el fin de elaborar y desarrollar contenidos que se vayan adaptando a las necesidades que demande la empresa y el mercado, por ende, lograr que no se quede obsoleto en el tiempo.

2.2. Enfoque legal.

2.2.1. Constitución Política de Colombia. (colombia, 1991) En ejercicio de su poder soberano, representado por sus delegatarios a la Asamblea Nacional Constituyente, invocando la protección de Dios, y con el fin de fortalecer la unidad de la Nación y asegurar a sus integrantes la vida, la convivencia, el trabajo, la justicia, la igualdad, el conocimiento, la libertad y la paz, dentro de un marco jurídico, democrático y participativo que garantice un orden político, económico y social justo, y comprometido a impulsar la integración de la comunidad latinoamericana, decreta, sanciona y promulga la siguiente:

- 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. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura.

- Artículo 73. La actividad periodística gozará de protección para garantizar su libertad e independencia profesional.

- (1341, 2009) Ley 1341 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 Nacional del Espectro y se dictan otras disposiciones"

- Artículo 3.- Sociedad de la Información y del Conocimiento. 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.

Capítulo 3. Informe de cumplimiento de trabajo.

3.1. Presentación de resultados

3.1.1. Metodología y formato para conocer cómo se encuentra la fundación frente al clima organizacional. La metodología que se utilizó fue la observación de campo, se realizó un formato el cual permitió conocer cómo se encontraba la fundación respecto a clima organizacional, de tal manera, se evaluaron varios aspectos como la relación entre directivos y trabajadores, y comportamiento del trabajador frente a las actividades asignadas, entre otras.

Tabla 3.

Formato de la guía de observación cualitativa.

FORMATO GUÍA DE OBSERVACIÓN					
Nombre del observador: Karen Rocio Rangel Méndez					
Nombre de la empresa: Fundación Ecológica Ambiental Vida Natural Funvinat.					
Objetivo: Observar y evaluar los distintos medios de comunicación, las herramientas comunicativas que utilizan y la relación laboral que existe dentro de la fundación.					
<i>Guía de observación cualitativa</i>					
<i>N°</i>	<i>Aspectos a Evaluar</i>	<i>Buena</i>	<i>Regular</i>	<i>Malo</i>	<i>Observación</i>
1	Clima organizacional.		X		En aspecto humano, a los empleados se le dificulta trabajar en equipo y en aspectos físico no cuentan con una oficina propia, por lo tanto no tienen el espacio suficiente para sentirse cómodos en el ambiente laboral.
2	Relación entre los directivos y funcionarios.		X		Los directivos en ocasiones no utilizan la manera correcta de dirigirse al trabajador.
3	Relación entre los mismo compañeros de trabajo.		X		Poca comunicación asertiva entre ellos mismos.
4	Canales de comunicación que utilizan para brindar información (WhatsApp, correos, llamadas telefónicas y carteleras institucionales).		X		Pocas veces se utiliza el grupo de WhatsApp, por ende los trabajadores muchas veces no se enteran de cualquiera información.

5	Responsabilidad que tienen los trabajadores frente al trabajo asignado.	X	Son responsables al momento de cumplir cada uno con su labor.
9	Tienen en cuenta la opinión del trabajador.	X	Muy pocas veces tienen en cuenta la opinión del trabajador, por lo tanto los desmotivan a participar en cualquier actividad.
11	Como manejan los conflictos que se presentan dentro de la organización.	X	No utilizan la mejor manera de resolver un conflicto, pues cada uno busca la manera de defenderse así mismo.
12	Brindan capacitaciones al trabajador.	X	No brindan ninguna clase de capacitación a los trabajadores
13	Brindan al trabajador todas las herramientas para cumplir las actividades asignadas.	X	En ocasiones se necesitan algunas herramientas de implemento laboral y la fundación no los facilita.

Otros: Casa taller de la mujer es la que le brinda el espacio como sitio de encuentro a la hora de laborar.

Fuente: Pasante.

3.1.2. Elaboración y aplicación de una encuesta a todo el personal para identificar las causas que afectan el clima organizacional. Con el objetivo de conocer la percepción de los trabajadores a cerca del Clima Organizacional, se realizó el diseño de una encuesta que permitió identificar la perspectiva que tiene los empleados frente a este tema, basándose desde su experiencia laboral en la Fundación.

Para el desarrollo de esta encuesta, que se realizó, se contó con el apoyo y la aprobación de coordinador general de la fundación para que los trabajadores realizaran la respectiva encuesta.

Para la aplicación de esta encuesta se elaboró un formato de 17 preguntas cerradas, utilizando los ítems de (1 al 3) como forma de calificación, donde 1 es de acuerdo, 2 más o menos de acuerdo y 3 en desacuerdo, para poder realizar una medición del Clima Organizacional de la entidad.

Antes de empezar a responder las preguntas los trabajadores encontraron en la hoja dos conceptos en el que primero se les aclaró con qué propósito se realizaba la encuesta y una breve explicación del tema que se iba a evaluar.

Tabla 4

Elaboración de Encuesta Clima organizacional.

El propósito de esta encuesta es conocer cómo se encuentra el clima organizacional en la Fundación Ecológica Ambiental Vida Natural Funvinat. Para eso se hará primero una definición de que es clima organizacional, para que los encuestados tengan un concepto del tema plasmado en la encuesta.

¿Qué es el clima organizacional?

El clima organizacional se compone de un gran número de factores, tanto físicos como emocionales, que inciden en el comportamiento y desempeño de los integrantes del equipo de trabajo. Un ambiente de trabajo respetuoso, colaborativo, dinámico y responsable es la llave para que la productividad global e individual aumente.

Recuerda que las respuestas son opiniones basadas en TU experiencia de trabajo, por lo tanto NO HAY RESPUESTAS CORRECTAS O INCORRECTAS. Lee cuidadosamente cada una de las preguntas y marca con una (X) en la casilla correspondiente la respuesta que mejor describa tu opinión. No debe quedar ninguna pregunta en blanco.

La escala utilizada es del (1 hasta 3).

1- De acuerdo

2- Más o Menos de acuerdo

3- En desacuerdo

PREGUNTAS	ESCALA		
	<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>
a. Me siento muy satisfecho con mi ambiente de trabajo	1	2	5
b. Salgo del trabajo sintiéndome satisfecho de lo que he hecho	1	1	5
c. Mi superior me motiva a cumplir con mi trabajo	1	2	4
d. En esta organización valoran mi trabajo	0	4	3
e. Considero que me pagan lo justo por mi trabajo	0	3	4
f. Considero que necesito capacitación en alguna área de mi interés y que forma parte importante de mi desarrollo	7	0	0
g. Mi grupo trabaja de manera eficiente y enfocada	0	2	5
h. Mi superior inmediato busca los aportes del equipo de trabajo para dar solución a las actitudes complejas que se presenten.	0	7	0
i. Mi superior inmediato da un buen ejemplo.	1	4	2
j. Utilizan todos los medio necesarios para brindarme información sobre mi trabajo	0	5	2
k. Recibo en forma oportuna la información que requiero para mi trabajo	0	6	1
l. Existe buena comunicación entre los compañeros de trabajo.	3	4	0
m. Tengo mucho trabajo y poco tiempo para realizarlo.	0	7	0
n. Puedo contar con una felicitación cuando realizo bien mi trabajo	0	0	7
o. Mi superior inmediato reconoce cuando hago bien mi trabajo	0	7	0
p. Existen buenos canales de comunicación donde les informan con tiempo las actividades que deben realizar	0	5	2
q. Me brindan todas las herramientas necesarias para cumplir con el trabajo asignado	0	7	0
TOTAL	14	65	40

Fuente: Pasante

3.1.3. Graficar los resultados de la encuesta aplicada a los trabajadores. A

continuación, se presentan los resultados obtenidos en la encuesta “CLIMA ORGANIZACIONAL” aplicada a los trabajadores de la Fundación.

Población: Trabajadores de la Fundación Ecológica Ambiental Vida Natural Funvinat.

Muestra: 7 trabajadores.

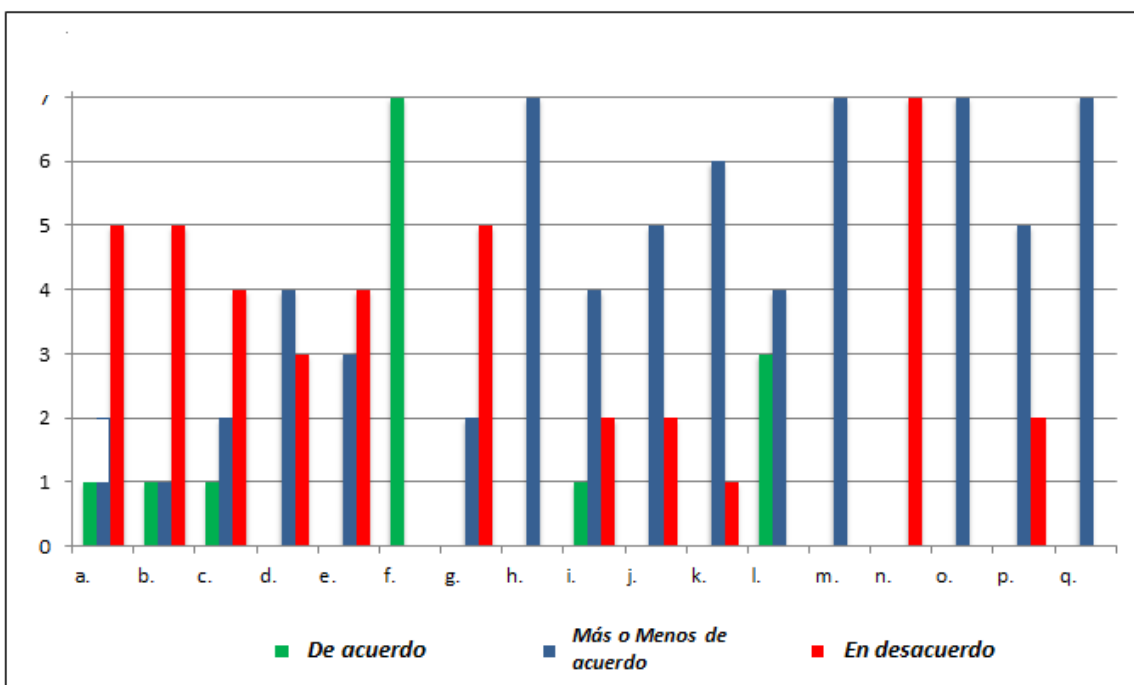


Figura 2. Resultado cuantitativo de la encuesta aplicada clima organizacional.

Fuente: Pasante.

A partir de los resultados obtenidos se puede observar que el inciso número 3 (en desacuerdo) fue el que más utilizaron los trabajadores para responder las preguntas a y b, por tal motivo se puede concluir que el 71% de los trabajadores se sienten insatisfechos con su ambiente de trabajo y así mismo cuando terminan su jornada laboral.

Una de las estrategias más importante para que una organización pueda funcionar es la motivación que recibe el trabajador día a día. La fundación Ecológica Ambiental Vida Natural Funvinat, no tiene como prioridad esta estrategia como parte de su desarrollo y crecimiento laboral, puesto a que con respecto a la pregunta realizada ¿Mi superior me motiva a cumplir con mi trabajo? el 57% de los trabajadores escogieron el inciso numero 3 (en desacuerdo) considerando que sus superiores no los motivan a cumplir con labor.

Los empleados son parte fundamental de cualquier empresa por más grande o pequeña que sea, pero el error que muchas organizaciones cometen es olvidar que los sus trabajadores son seres humanos y no robots, una de tácticas que más deben seguir aplicando los directivos de la fundación es hacer sentirle a su empleado que el trabajo que cada uno realiza es de suma importancia para el desarrollo de la fundación, frente a la pregunta ¿En esta organización valoran mi trabajo? El 57% de los empleados escogieron el inciso 2 (más o menos de acuerdo) por lo que se puede concluir que la fundación debe hacerle saber más de seguido a sus trabajadores que su labor es indispensable e importante para la fundación.

Otras de las estrategias que deben tener como prioridad las entidades es pagarles a sus colaboradores lo justo por su labor, con respecto a la pregunta ¿Considero que me pagan lo justo por mi trabajo? El 57% de los empleados escogieron el inciso 2 (más o menos de acuerdo) según el resultado de estas repuestas la fundación debe tener más en cuenta el factor salarial, pues tener trabajadores insatisfechos incide directamente en la productividad del colaborador.

Así mismo capacitar al personal es algo realmente significativo, pues permite mejorar los conocimientos, conductas, actitud o habilidades. Referente a la pregunta ¿considero que necesito capacitación en alguna área de mi interés y que forma parte importante de mi desarrollo laboral? El 100% de los empleados es cogieron el inciso 1 (de acuerdo) tomando como referencia este porcentaje se puede decir que esta organización de invertir más en la capacitación de los trabajadores, ya que esto tendrá como resultado tener individuos más rentables en su puesto de trabajo, algo realmente indispensable para la fundación.

Así mismo sentir que el grupo de trabajo, labora eficientemente, de manera enfocada y que existe una buena comunicación entre los mismos compañeros, es indudablemente fundamental, por que motiva al empleado a realizar mejor las actividades asignadas. Por eso en la encuesta aplicada se plantearon preguntas con relación al tema, una de ellas fue ¿Mi grupo trabaja de manera eficiente y enfocada? el inciso escogido por el 71% de los trabajadores fue el numero 3 (en desacuerdo) y la siguiente pregunta referente al tema fue ¿ existe buena comunicación entre los compañeros de trabajo? el inciso escogido por el 57% de los colaboradores fue el numero 2 (más o menos de acuerdo) con esto se puede llegar a la conclusión que los empleados considera que les falta más comunicación y coordinación al momento de cumplir con las tareas asignadas, por tal motivo la fundación debe buscar estrategias que influyan en la convivencia y relación entre los mismo funcionarios.

Tener en cuenta factores que incidan en el mejoramiento de la empresa debe ser prioridad para toda organización; y más cuando estos dependen directamente de ella, en las preguntas plasmadas en la cuesta aplicada en la fundación, el 100% de los trabajadores coincidieron en las

respuestas de las preguntas (h,m,o,q), escogiendo como inciso de respuesta el numero 2 (más o menos de acuerdo) lo que hace pensar que a la fundación le falta mejorar aspectos que dependen únicamente de los directivos, porque cuando un colaborador no se siente escuchado, valorado, lo recargan mucho de trabajo con poco tiempo para hacerlo e incluso no le brindan las herramientas necesarias para cumplir con su labor, este le pierde amor y compromiso al trabajo llevando a la fundación al declive laboral.

Crear canales de comunicación interna permite mejorar el rendimiento laboral de cualquier trabajador, pues mantenerlos informados con anterioridad de todas las actividades institucionales, hacen que estos puedan distribuir y organizar mejor su tiempo, por esta razón se consideró importante incluir las siguientes preguntas en la encuesta aplicada ¿utilizan todos los medios necesarios para para brindarme información sobre mi trabajo? En esta pregunta el 71% de los empleados escogieron el inciso 2 (más o menos de acuerdo) y en la siguiente pregunta ¿recibo de forma oportuna la información que requiero para mi trabajo? El 86% escogieron el inciso 2 (más o menos de acuerdo) para darle respuesta a esta pregunta, lo que demuestra que la fundación debe crear canales de comunicación que permitan tener al empleado más informado sobre las actividades de la fundación.



Figura 3. Encuesta aplicada sobre Clima organizacional

Fuente: Pasante

3.1.4. Medios de comunicación interno para mantener informado al personal de los eventos institucionales. Como parte del desarrollo de este proyecto, se fue publicando poco a poco en las carteleras físicas y constantemente en el grupo de WhatsApp de la empresa, información de capacitaciones, charlas, eventos o actividades que la fundación tenía que ejecutar.

Esta estrategia se utilizó, debido a que la fundación no contaba con una cartelera institucional, y el grupo de WhatsApp que tenían no lo utilizaban para brindar información.



CARTELERA

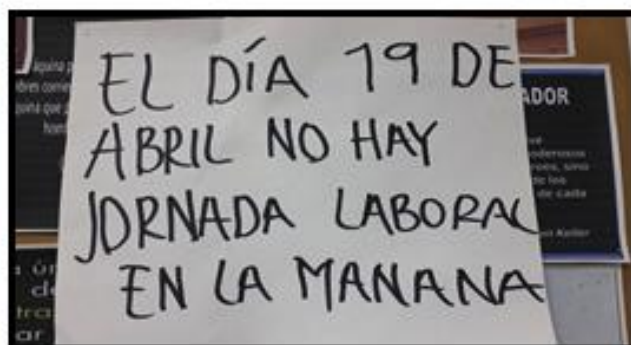
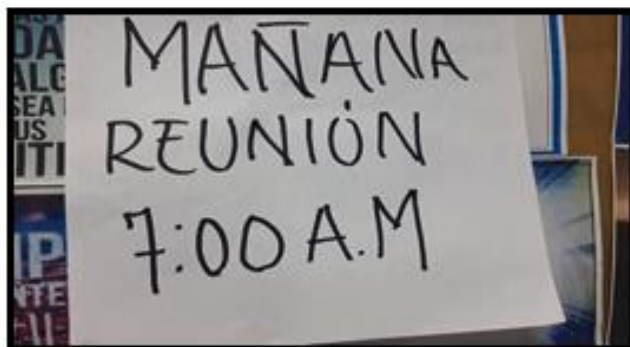


Figura 4. Canales de Comunicación.
Fuente: Pasante

3.1.5. Realizar charlas que permitan mejorar el Clima Organizacional en la Fundación. La difusión de las charlas internas sobre la mejora del clima organizacional, debe ser parte fundamental de las estrategias de comunicación en la fundación, es muy importante que todos los trabajadores estén en disposición de colaborar; estas, debe ser conocidas por toda la organización como una gran oportunidad de crecimiento que se obtiene gracias al esfuerzo y dedicación laboral.

Los temas utilizados y expuestos fueron: clima organizacional, comunicación interna, valores laborales, compañerismo laboral y trabajo en equipo; se escogieron estos temas ya que hace parte del proceso de desarrollo humano y una buena comunicación interna.

Estos espacios, contaron con la participación de los siete trabajadores de la Fundación, quienes brindaron su disposición logrando la motivación a seguir con el proyecto.

Existieron varios factores que impidieron realizar las actividades planteadas dentro del horario laboral.

- ❖ El coordinador de la fundación no permitió que se realizaran dentro del horario laboral por que los tiempos para las actividades de la fundación ya estaban estipulados.
- ❖ La fundación no cuenta con una oficina propia; por lo tanto, no se tuvo el espacio necesario para realizar la actividad dentro del horario laboral; por lo que se acordó realizarlas los días sábados.

- ❖ Por último, no todos los trabajadores residen en el municipio de El Paso Cesar, unos se encuentran a más de 30 minutos del lugar de trabajo.

A pesar de estas dificultades se logró realizar todas las actividades previstas en la estrategia.



Figura 5 Charlas de Clima Organizacional.

Fuente: Pasante

3.1.6. Establecer jornadas de integración con los empleados de la Fundación. Con el objetivo de integrar a los empleados de la Fundación Ecológica Ambiental Vida Natural Funvinat, se realizaron jornadas de integración a través de la lúdica, la finalidad de estos juegos fue buscar que los trabajadores salieran de la zona de confort laboral y se tomaran el tiempo de divertirse, desestresarse, relacionarse, escucharse y a prender a trabajar en equipo ya que esta es una de una estrategia para mejorar el clima laboral.



Figura 6. Jornadas Lúdicas.
Fuente: Pasante

3.1.7. Implementar un medio a través del cual los empleados formulen sugerencias que contribuyan al mejoramiento del clima laboral. (Buzón de sugerencia.) El objetivo de aplicar esta actividad en la fundación es brindar al trabajador un canal a través del cual puedan dar su opinión, sugerencias, reclamos, propuestas, felicitaciones y más, frente al ambiente laboral y/o organizacional en el que se desempeña.

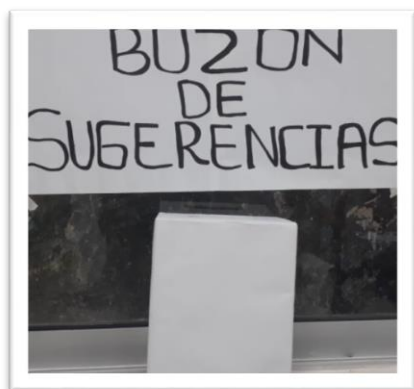


Figura 7. Buzón de sugerencias.
Fuente: Pasante

3.1.8. Determinar piezas graficas que contengan mensajes que motiven a los empleados. Mediante esta actividad se buscó motivar laboral y sentimentalmente al trabajador a través de las piezas graficas colocadas diariamente en la cartelera institucional.



Figura 8. Piezas gráficas.

Fuente: Pasante

3.1.9. Encuesta tipo Likert. Realizada a cada trabajador, con el objetivo de conocer el grado de satisfacción o aceptación que tuvo la estrategia de comunicación interna aplicada en la fundación.

Encuesta tipo Likert

1. ¿Considera que fue adecuada la estrategia de comunicación interna implementada en la Fundación?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- No estoy de acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

2. ¿Considera que las estrategias contribuyeron en el mejoramiento del clima organizacional de la fundación?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- No estoy de acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

3. ¿Quedó satisfecho con las estrategias realizadas por parte de la autora del proyecto?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- No estoy de acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

4. ¿Considera que las estrategias utilizadas mejoraron los canales de comunicación interna de la fundación?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- No estoy de acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

5. ¿Considera que este proyecto contribuyo al mejoramiento de las relaciones interpersonales entre los mismos compañeros de trabajo?

- Totalmente de acuerdo

- De acuerdo
- No estoy de acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

6. ¿Después de la estrategia aplicada se siente motivado(a) para seguir realizando su labor?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- No estoy de acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

7. ¿Le gustaría que se siguieran aplicando estas clases de estrategias en la fundación?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- No estoy de acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

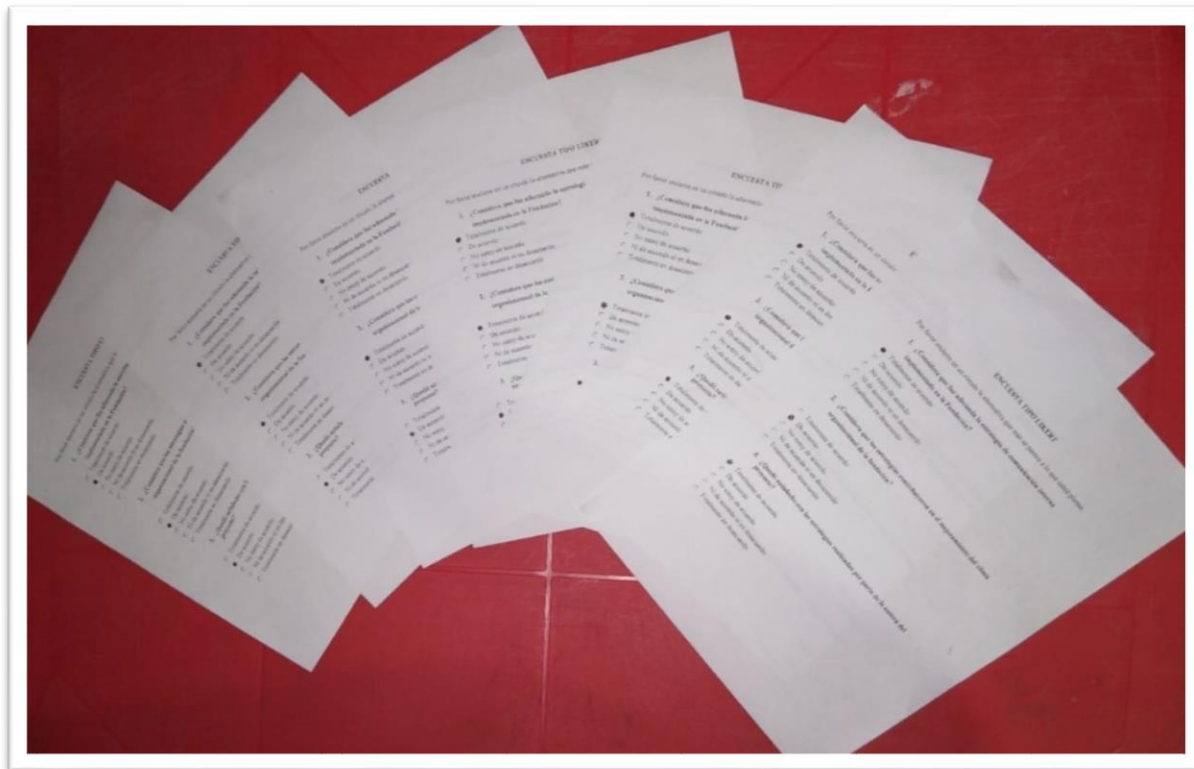


Figura 9. Resultados de Encuesta tipo Likert.
Fuente: Pasante.

3.1.10. Resultados de la encuesta tipo Likert.

Tabla 5

¿Considera que fue adecuada la estrategia de comunicación interna implementada en la Fundación?

ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	6	86%
De acuerdo	1	14%
No estoy de acuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	7	100%

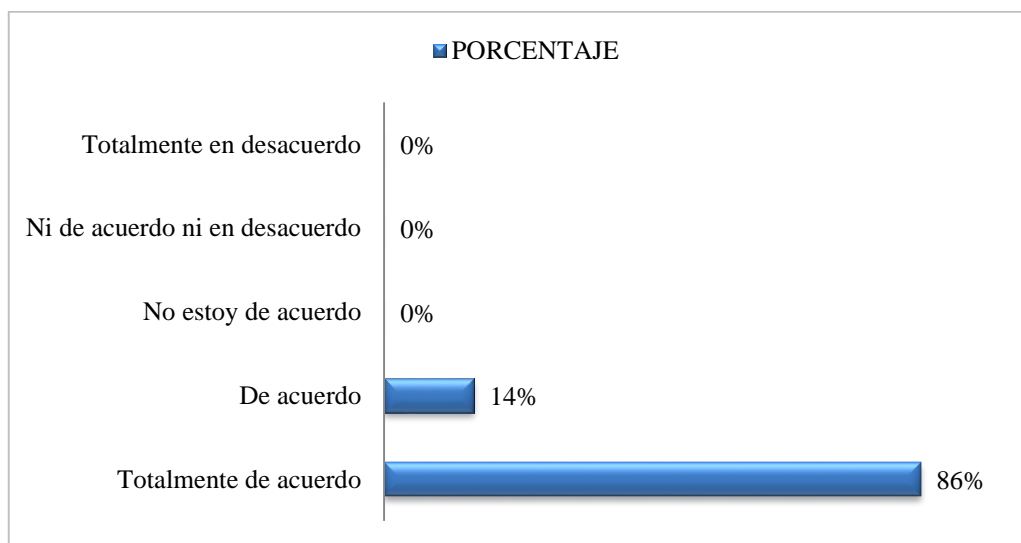


Figura 10. *¿Considera que fue adecuada las estrategias de comunicación interna implementada en la Fundación?*.

Según la encuesta realizada en la fundación, los trabajadores consideran que fue adecuada la aplicación de las estrategias de comunicación interna; el 86% de los empleados respondieron, estar totalmente de acuerdo, así mismo, el 14% estuvo de acuerdo.

Tabla 6

¿Considera que las estrategias contribuyeron en el mejoramiento del clima organización de la fundación?

ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	5	71%
De acuerdo	2	29%
No estoy de acuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	7	100%

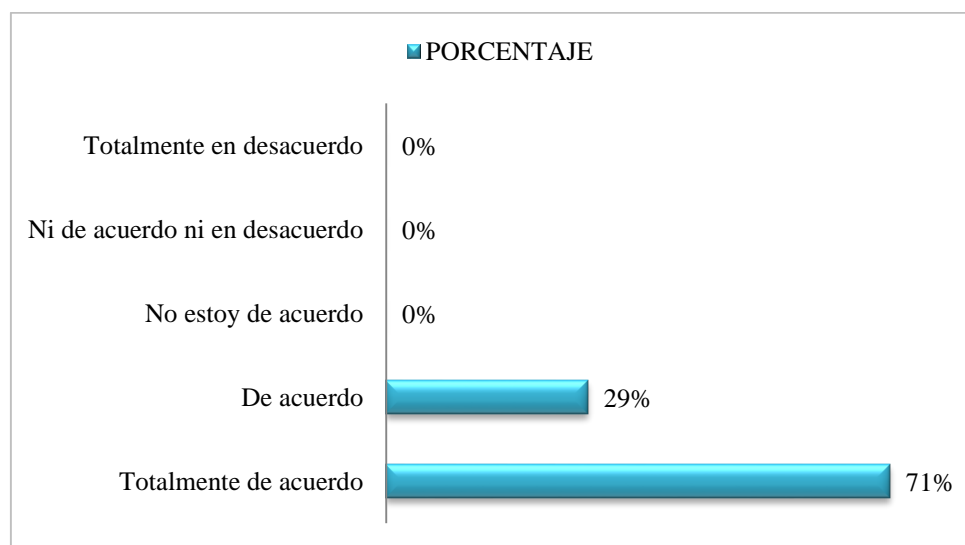


Figura 11. ¿Considera que las estrategias contribuyeron en el mejoramiento del clima organizacional de la fundación?.

Según la encuesta realizada en la fundación, trataba de que si las estrategias contribuyeron en el mejoramiento del clima organizacional; el 71% de los trabajadores encuestados respondieron, estar totalmente de acuerdo, y el otro 29% estuvo de acuerdo.

Tabla 7

¿Quedó satisfecho con las estrategias realizadas por parte de la autora del proyecto?.

ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	3	43%
De acuerdo	4	57%
No estoy de acuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	7	100%

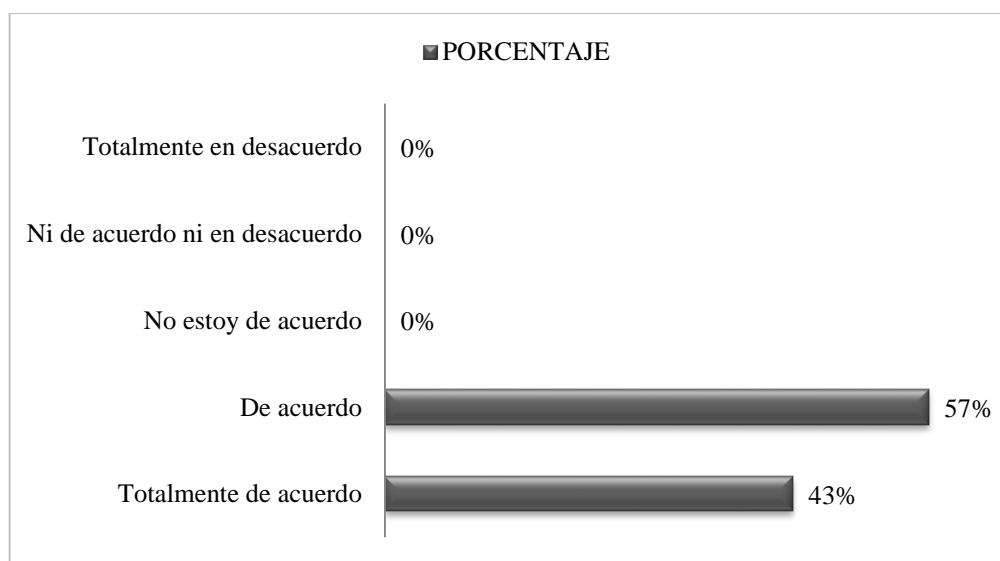


Figura 12. *¿Quedó satisfecho con las estrategias realizadas por parte de la autora del proyecto*

Según la encuesta realizada en la fundación, trataba de que si quedó satisfecho con las estrategias realizadas por parte de la autora del proyecto; el 57% de los trabajadores respondieron, estar de acuerdo; De igual forma, el 43% estuvo totalmente de acuerdo.

Tabla 8

¿Considera que las estrategias utilizadas mejoraron los canales de comunicación interna de la fundación?.

ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	6	86%
De acuerdo	1	14%
No estoy de acuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	7	100%

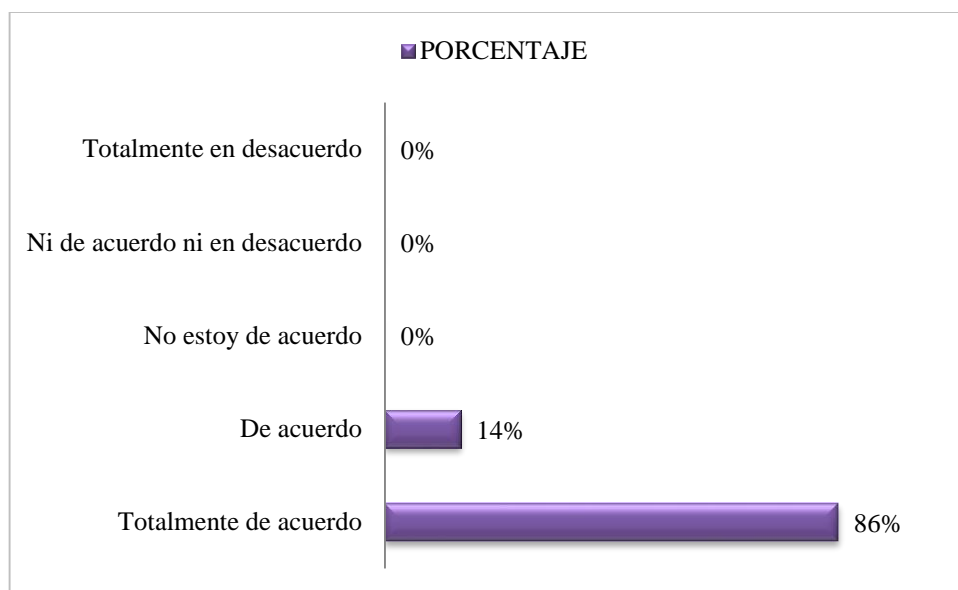


Figura 13. ¿Considera que las estrategias utilizadas mejoraron los canales de comunicación interna de la fundación?

Según la encuesta realizada en la fundación, de acuerdo al ítem que trataba sobre:

Considera que las estrategias utilizadas mejoraron los canales de comunicación interna de la fundación; el 86% de los trabajadores encuestados respondieron, estar totalmente de acuerdo; Por otra parte, el 14% estuvieron de acuerdo.

Tabla 9

¿Considera que este proyecto contribuyo al mejoramiento de las relaciones interpersonales entre los mismos compañeros de trabajo?.

ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	5	71%
De acuerdo	2	29%
No estoy de acuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	7	100%

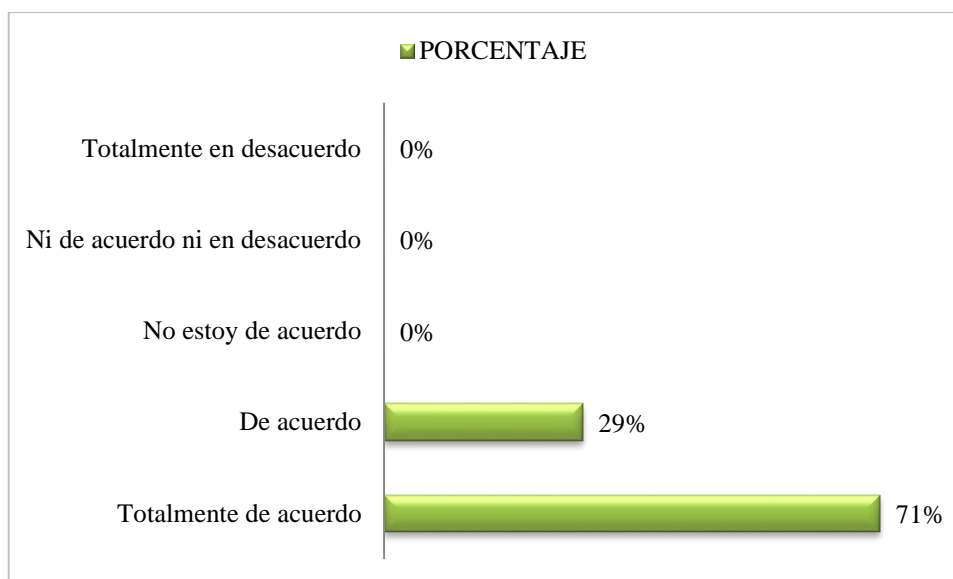


Figura 14. ¿Considera que este proyecto contribuyo al mejoramiento de las relaciones interpersonales entre los mismos compañeros de trabajo?.

Según la encuesta realizada en la fundación, de acuerdo al ítem que trataba sobre:

Considera que este proyecto contribuyo al mejoramiento de las relaciones interpersonales entre los mismos compañeros de trabajo; el 71% de los trabajadores respondieron, estar totalmente de acuerdo; similarmente el otro equivalente que corresponde al 29% estuvo de acuerdo.

Tabla 10

¿Después de la estrategia aplicada se siente motivado(a) para seguir realizando su labor?.

ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	1	14%
De acuerdo	6	86%
No estoy de acuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	7	100%

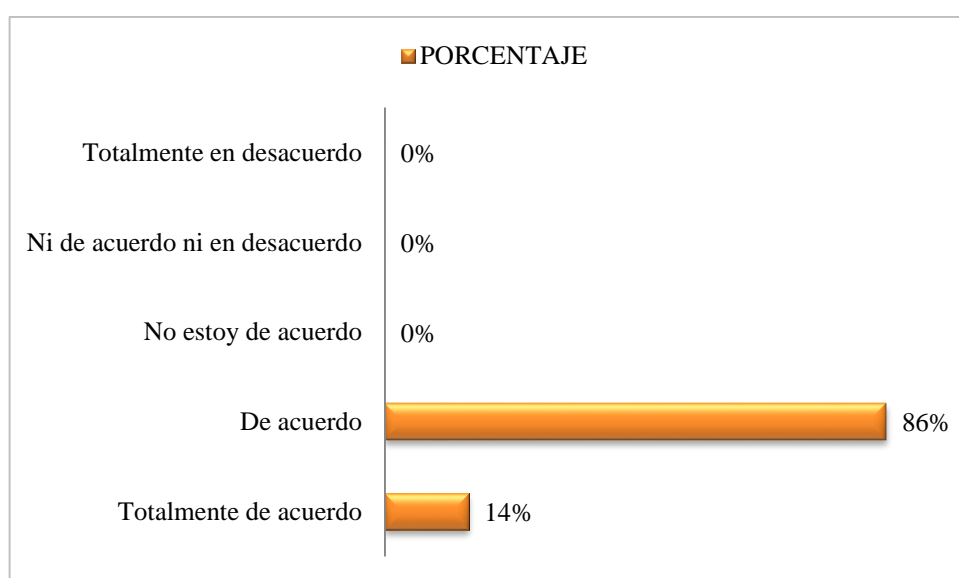


Figura 15. *¿Después de la estrategia aplicada se siente motivado(a) para seguir realizando su labor?.*

Según la encuesta realizada en la fundación, de acuerdo al ítem que trataba sobre: Después de la estrategia aplicada se siente motivado(a) para seguir realizando su labor; el 86% de los trabajadores encuestados respondieron, estar de acuerdo; De igual forma, el 14% restante de los mismos estuvieron totalmente de acuerdo.

Tabla 11

¿Le gustaría que se siguieran aplicando estas clases de estrategias en la fundación?.

ÍTEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Totalmente de acuerdo	7	100%
De acuerdo	0	0%
No estoy de acuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	7	100%

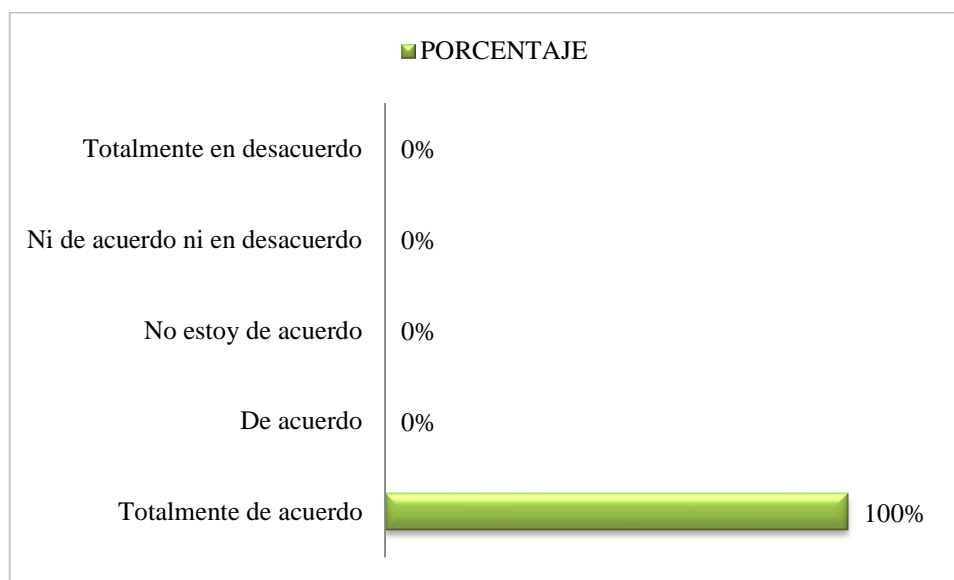


Figura 16. ¿Le gustaría que se siguieran aplicando estas clases de estrategias en la fundación?.

Según la encuesta realizada en la fundación, de acuerdo al ítem que trataba sobre: Le gustaría que se siguieran aplicando estas clases de estrategias en la fundación; el 100% de los trabajadores encuestados contestaron, estar totalmente de acuerdo.

Fuente: Pasánte.

3.1.11. Presentar y facilitar, vía digital, al representante legal, la estrategia aplicada en la fundación y los resultados que se obtuvo. Como última actividad se puede evidenciar en las fotografías la presentación vía digital (diapositivas), la estrategia y los resultados que se obtuvo en la aplicación, por medio del análisis general, como formatos y encuestas realizadas en los trabajadores, por consiguiente, el representante legal Ricardo Bravo se sintió agradecido por el trabajo planteado en la fundación para el mejoramiento y el compromiso laboral entre los empleados. De tal manera se le facilito la documentación (informe final) en modo digital (PDF).

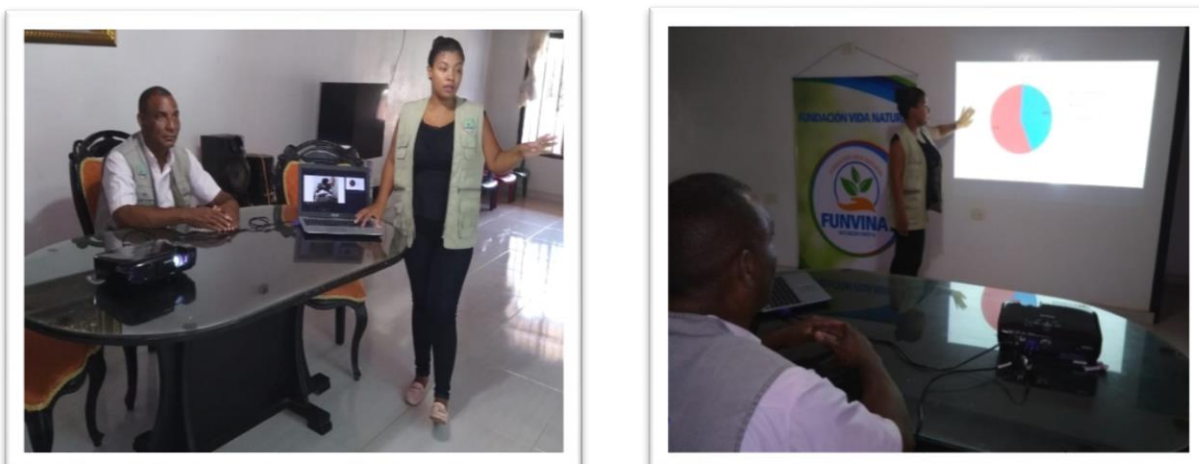


Figura 17. Presentación de la estrategia y los resultados obtenidos.
Fuente: Pasante

Capítulo 4. Diagnóstico final.

En el primer semestre del año 2019, en la fundación Ecológica Ambiental Vida Natural Funvinat se presentaron avances positivos y significativos para la fundación con respecto al clima organizacional, logrando mejorar la armonía, comunicación y canales de comunicación internos, organización, ambiente laboral, relaciones interpersonales entre compañeros de trabajo, entre otras, gracias a la implementación de la estrategia de comunicación interna presentada. Este plan de trabajo un nivel de aceptación y satisfacción por parte del público objetivo de un 67% logrando así fortalecer el clima organizacional y a la misma vez inculcarles a los trabajadores la importancia de este, entendiéndolo como beneficio de todos y teniendo como resultado un ambiente favorable en la fundación.

Anteriormente, no se había presentado ninguna iniciativa para mejorar el clima organizacional; fue por esto, que, como parte de la estrategia de comunicación, se diseñó y ejecutó actividades, charlas y jornadas lúdicas que le permitieron entender al colaborador lo importante que es la comunicación organizacional al interior de la entidad.

Al finalizar el cronograma de actividades establecidas en el plan de trabajo y culminando el proceso de diseño de la estrategia de comunicación interna en la fundación, se logró disminuir el ambiente laboral que se venía presentando en el grupo de trabajo, así mismo se le dio a conocer al representante legal de la fundación, la importancia de la implementación de las actividades recreativas, capacitaciones y jornadas lúdicas, para el mejoramiento del bienestar laboral y social de los trabajadores. Todo esto se afirma, teniendo como base los resultados de las

estrategias implementadas.

Finalmente, se puede decir que la estrategia de comunicación interna implementada en la fundación, permitió al representante legal Ricardo Bravo Pérez, conocer importancia que tienen de estos planes de trabajo con frecuencia en la fundación, logrando así fortalecer sus procesos de comunicación y mantener un escenario armonioso y agradable para sus trabajadores.

Capítulo 5. Conclusiones.

La estrategia desarrollada en la Fundación Ecológica Ambiental Vida Natural Funvinat, permitió identificar a través de un diagnóstico inicial, el estado del clima organizacional. Lo que conllevó a conocer los factores que afectaban el clima laboral y a crear actividades claras que incidieran directamente en el mejoramiento de este.

En primer lugar, se pudo conocer cómo se encontraba la fundación con respecto a canales de comunicación y el manejo de información en la misma, también se logró llegar a todos los empleados con el fin de conocer su punto de vista frente al ambiente laboral y el trato brindado por parte de sus superiores, esto se desarrolló con el fin de conocer cómo se encontraba la fundación con respecto a canales de comunicación, tomando como referencia que, esta es una de las estrategias que hace parte del mejoramiento del clima organizacional.

En segundo lugar, se logró la planificación y organización de charlas y jornadas lúdicas; así mismo, se permitió analizar las necesidades de los empleados y de la fundación en cuanto al tema de comunicación, se escogieron las piezas claves que serían publicadas internamente a través de una cartelera institucional, para generar sensibilización a los trabajadores, como parte del desarrollo de la estrategia.

Del mismo modo, otro de los grandes logros obtenidos a lo largo de este proceso, es que la entidad se ha interesado en mantener informados a los empleados con más tiempo de anterioridad sobre las actividades que se van a realizar y la relación interpersonal entre los

mismos compañeros mejoro notoriamente. Todo lo que se logró en este plan de trabajo, se debe gracias al acompañamiento constante del equipo de trabajo de la fundación y al querer participar en el mejoramiento continuo del clima laboral.

Finalmente, vale la pena resaltar la colaboración del representante legal y el coordinador general de la fundación, quienes permitieron la ejecución de todas las actividades que estaban contempladas dentro de la estrategia.

Capítulo 6. Recomendaciones.

Teniendo en cuenta todas las actividades realizadas y la aceptación evidenciada por parte de los empleados es recomendable seguir implementando estrategias de comunicación que sigan mejorando el ambiente laboral de la fundación.

Por otra parte, se recomienda al coordinador general de la fundación más acompañamiento en todas las actividades a realizar ya que principalmente esto trasmite a los empleados más confiabilidad y puedan ser aclaradas todas las dudas en el instante.

Finalmente se recomienda seguir aplicando actividades de esparcimiento para seguir mejorando las relaciones interpersonales y la comunicación entre sus trabajadores; y así mismo, realizar capacitaciones de interés para los empleados las cuales le ayudaran a su desarrollo laboral y así lograr que ellos se sientan satisfechos en su ambiente laboral.

Referencias

- L. (30 de 07 de 2009). *regimen legal de bogota*. Obtenido de <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=36913>
- Álvarez, M. (2006). *eumed.net*. Obtenido de http://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1158/definicion_clima_organizacional.html
- Arellano. (1998). Obtenido de https://www.ecured.cu/Estrategia_de_Comunicaci%C3%B3n
- Brunet. (1987). Obtenido de eumed.net: http://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1158/definicion_clima_organizacional.html
- Campbell. (1976). *corganizacional1*. Obtenido de María García y Luis Ibarra: <https://corganizacional1.wordpress.com/que-es/>
- Chavenato;. (2000:359). *docplayer*. Obtenido de <https://docplayer.es/34980900-El-impacto-de-la-motivacion-en-el-desempeno-laboral-de-los-empleados-de-la-institucion-financiera-bac-honduras-agencia-torre-bac.html>
- Chiavenato, P. (1992). *eumed.net*. Obtenido de http://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1158/definicion_clima_organizacional.html
- Colombia, C. P. (1991). *georgetown.edu*. Obtenido de <http://pdba.georgetown.edu/Constitutions/Colombia/colombia91.pdf>
- Dess, Lumpkin. (07 de 01 de 2003). *El blog*. Obtenido de Renata Marciniak: <https://renatamarciniak.wordpress.com/2013/01/07/que-es-un-plan-estrategico/>
- ECURED, c. (08 de 04 de 2013). *Ecured*. Obtenido de https://www.ecured.cu/index.php?title=Desempe%C3%B1o_laboral&oldid=1874515
- Maria Castro y Laura Jimenez. (octubre de 2008). *javeriana.edu.co*. Obtenido de <https://javeriana.edu.co/biblos/tesis/comunicacion/tesis137.pdf>
- PERALTA, R. (26 de 06 de 2002). *Gestipolis*. Obtenido de El Clima Organizacional: <https://www.gestipolis.com/el-clima-organizacional/>

- Pizzolante. (2004). *eumed.net*. Obtenido de
<http://www.eumed.net/ce/2012/smm.html>
- Robbins, S. (1999). *eumed.net*. Obtenido de
<http://www.eumed.net/ce/2012/smm.html>
- Scheinsohn, 2009. (s.f.).
<https://www.revistaespacios.com/a18v39n24/a18v39n24p20.pdf>.
- Tagiuri. (1968). *corganizacionall*. Obtenido de
<https://corganizacionall.wordpress.com/que-es/>
- Viera, L. (2013). *estrategias de comunicacion*. Obtenido de
<https://www.monografias.com/trabajos95/estrategias-de-comunicacion/estrategias-de-comunicacion.shtml>

Apéndice

Apéndice A. Evidencia del trabajo realizado con satisfacción.





Apéndice B. Encuestas aplicadas de los trabajadores.

El propósito de esta encuesta es conocer cómo se encuentra el clima organizacional en la Fundación Ecológica Ambiental Vida Natural Funvinat. Para eso se hará primero una definición de que es clima organizacional, para que los encuestados tengan un concepto del tema plasmado en la encuesta.

¿Qué es el clima organizacional?

El clima laboral se compone de un gran número de factores, tanto físicos como emocionales, que inciden en el comportamiento y desempeño de los integrantes del equipo de trabajo. Un ambiente de trabajo respetuoso, colaborativo, dinámico y responsable es la llave para que la productividad global e individual aumente.

Recuerda que las respuestas son opiniones basadas en TU experiencia de trabajo, por lo tanto **NO HAY RESPUESTAS CORRECTAS O INCORRECTAS**. Lee cuidadosamente cada una de las preguntas y marca con una (X) en la casilla correspondiente la respuesta que mejor describa tu opinión. No debe quedar ninguna pregunta en blanco.

La escala utilizada es del (1 hasta 3).

1- De acuerdo

2- Más o Menos de acuerdo

3- En desacuerdo

PREGUNTAS		1	2	3
a.	Me siento muy satisfecho con mi ambiente de trabajo			X
b.	Salgo del trabajo sintiéndome satisfecho de lo que he hecho			X
c.	Mi superior me motiva a cumplir con mi trabajo		X	
d.	En esta organización valoran mi trabajo		X	
e.	Considero que me pagan lo justo por mi trabajo			X
f.	Considero que necesito capacitación en alguna área de mi interés y que forma parte importante de mi desarrollo	X		
	Mi superior me motiva a cumplir con mi trabajo			X