	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	I(100)		

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	ALEJANDRA BAUTISTA DURÁN
FACULTAD	FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES
PLAN DE ESTUDIOS	PLAN DE ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL
DIRECTOR	ANA PAOLA BALMACEDA MORA
TÍTULO DE LA PASANTIAS	DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA FORTALECER EL CLIMA ORGANIZACIONAL EN LOS EMPLEADOS DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE OCAÑA.

RESUMEN

(70 palabras aproximadamente)

SE DISEÑÓ UNA ESTRATEGIA COMUNICATIVA EN LA PARTE INTERNA, QUE PERMITIÓ FORTALECER EL CLIMA ORGANIZACIONAL Y EL TRABAJO EN EQUIPO EN APROXIMADAMENTE 23 EMPLEADOS CON LOS QUE CUENTA ACTUALMENTE ESTA ENTIDAD. DADO QUE SE INICIÓ LA ESTRATEGIA CON UN DIAGNÓSTICO QUE PERMITIÓ ARROJAR LOS PROBLEMAS ESPECÍFICOS DE CLIMA ORGANIZACIONAL DE ESTA INSTITUCIÓN DE CARÁCTER PRIVADO, UTILIZANDO INICIALMENTE UNA OBSERVACIÓN DE CAMPO DONDE SE DESCRIBIERAN LOS HECHOS O CIRCUNSTANCIAS EN LAS QUE SE EVIDENCIARON ALGUNAS DEBILIDADES EN ESTE ASPECTO.

CARACTERÍSTICAS

PÁGINAS: 100	PLANOS:	ILUSTRACIONES:	CD-ROM: 1
--------------	---------	----------------	-----------



DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA
PARA FORTALECER EL CLIMA ORGANIZACIONAL EN LOS EMPLEADOS DE LA
CÁMARA DE COMERCIO DE OCAÑA

Autor

ALEJANDRA BAUTISTA DURÁN

Trabajo de Grado, modalidad de pasantía, presentado para optar al título de
Comunicador Social

Director.

C.S. ANA PAOLA BALMACEDA MORA

Magíster en Educación

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA

FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES

PLAN DE ESTUDIOS COMUNICACIÓN SOCIAL

Dedicatoria

Primero que todo, quiero dedicarle este logro a Dios, por guiarme en cada uno de mis pasos y por haber puesto en mí, todas las herramientas para que esto fuese posible, sin perder nunca las esperanzas ni desfallecer en el intento, a mi mamá Omaira Durán Barbosa por ser mi mejor amiga, consejera y ejemplo a seguir, por ser el pilar más importante y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional, por compartir momentos significativos conmigo y siempre estar dispuesta a escucharme y ayudarme en cualquier momento, para ella que es mi motor y mi mayor inspiración, que a través de su amor, paciencia, buenos valores, ayudan a trazar mi camino, gracias por todos los sacrificios que realizaste.

De igual manera a mi hermano Diomar Bautista Durán por confiar en mí y por acompañarme en lo largo de todo este proceso que con sus palabras me hacían sentir orgullosa de lo que soy y de lo que le puedo enseñar, por estar siempre presente, acompañándome y por el apoyo moral, que me brindo a lo largo de esta etapa de mi vida, ojala algún día en esa fuerza para que pueda seguir avanzando en su camino, esto es por ustedes y para ustedes.

Hoy puedo decir que cada sacrificio, tienen su fruto, gracias por que con su amor, paciencia y esfuerzo me han permitido llegar a cumplir un sueño más.

Alejandra Bautista Durán

Agradecimientos

Quiero expresar mi gratitud principalmente a Dios y a la virgen de Torcoroma, ellos que siempre me mantuvieron bendecida para lograr la ejecución de este proyecto, a mi familia quienes siempre me motivaron a salir adelante y fueron mi fortaleza en aquellos momentos de dificultad y debilidad.

A mi compañero sentimental Wilmer Sepúlveda Rangel, por apoyarme desde el inicio de este largo camino, por soportar mis cambios de humor, mis actitudes, por extender su mano en momentos difíciles y por el amor brindado cada día, mil gracias mi amor porque de una u otra forma me acompañaste en este, uno de mis sueños y metas. Siempre estarás en mi corazón.

Así mismo, mi agradecimiento a la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña por ser el ente formador profesional, a mi directora de pasantías Ana Paola Balmaceda Mora, quien me demostró ser una gran guía en este proceso, me orientó pacientemente, gracias a sus consejos y correcciones hoy puedo culminar este proceso y a todos los profesores que de alguna u otra forma aportaron sus valiosos conocimientos para la obtención de este título.

De igual forma, expresar mi agradecimiento a la Cámara de Comercio de Ocaña, al Presidente Ejecutivo el doctor Rubén Darío Álvarez por abrirme las puertas y permitirme el desarrollo de este proyecto, a Julián Parra y Leónidas Bayona por su entrega y enseñanza durante esta ardua labor, como también a las demás personas que intervinieron en el desarrollo de esta investigación.

Finalmente, a mis compañeros de estudio y demás personas quienes dejaron una importante huella en mí, en especial a mis amigas y compañeras Karen Lucesky Basto, Karen Rangel Méndez y Juliana Nieto, con quien compartí desde inicio de la carrera y desde entonces han sido incondicionales. Por ultimo quiero agradecer a mi ahijada Salomé por llegar a dar le alegría a mi vida.

A todos, gracias por su soporte y por contribuir a la culminación de esta

Índice

Capítulo 1. Diseño e implementación de una estrategia de comunicación interna para fortalecer el clima organizacional en los empleados de la Cámara de Comercio de Ocaña..	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.....	4
1.1.5. Descripción de la dependencia asignada.....	8
1.2 Diagnóstico inicial de la dependencia asignada (DOFA).....	9
1.2.1. Planteamiento del problema.	11
1.3 Objetivos de la pasantía	13
1.3.1. Objetivo general.	13
1.3.2. Objetivos específicos.....	13
1.4 Descripción de las actividades a desarrollar en la misma.....	14
Capítulo 2. Enfoques referenciales	15
2.1 Enfoque Conceptual.....	15
2.2 Enfoque Legal.....	19
Capítulo 3. Informe de Cumplimiento de Trabajo.....	27
3.1 Presentación de resultados	27
Capítulo 4. Diagnóstico final	63
Capítulo 5. Conclusiones.....	65
Capítulo 6. Recomendaciones.....	67
Referencias	68
Apéndices	70

Lista de tablas

Tabla 1	Diagnóstico inicial de la dependencia asignada (DOFA). -----	10
Tabla 2	Actividades por desarrollar -----	14
Tabla 3	Presenta el guion socializado con el departamento de comunicaciones de la entidad. --	45

Lista de figuras

Figura 1. Organigrama de la cámara comercio de Ocaña.....	7
Figura 2. Guía de Observación Cualitativa.....	27
Figura 3 Encuestas aplicadas	29
Figura 4. Encuestas aplicadas.	29
Figura 5. Encuestas aplicadas.	29
Figura 6. Entrevista con el Jefe de prensa y Comunicaciones de la Cámara de Comercio Ocaña. (Julián Andrés Parra)	30
Figura 7. Distribución Porcentual de los funcionarios por sentido de pertenencia	33
Figura 8. Distribución Porcentual de los funcionarios por Organización del trabajo.....	34
Figura 9. Distribución Porcentual de los funcionarios por motivación laboral.	35
Figura 10. Distribución Porcentual de los funcionarios por Trabajo en Equipo.	36
Figura 11. Distribución Porcentual de los funcionarios por Capacitación y Desarrollo.	37
Figura 12. Distribución Porcentual de los funcionarios por Seguridad y Salud Ocupacional.....	38
Figura 13. Distribución Porcentual de los trabajadores por Comunicación.	39
Figura 14. Distribución Porcentual de los trabajadores por Relaciones Interpersonales.....	40
Figura 15. Distribución Porcentual de los trabajadores por Reconocimiento.	41
Figura 16. Actividades de la estrategia de comunicación.....	44
Figura 17. Escenas del video institucional.....	47
Figura 18. Video de institucional realizado para mejorar el trabajo en equipo de los funcionarios de la Cámara de Comercio de Ocaña.	48
Figura 19. Grabación de las escenas del video de institucional de la Cámara de Comercio de Ocaña.	48
Figura 20. Momento en que se realizan las escenas del video institucional.....	49
Figura 21. Tras de cámara de las escenas del video institucional.....	49
Figura 22. Cartelera antigua de la entidad de la Cámara de Comercio.....	50
Figura 23. Mural de Cartelera Física, expuesta en el área de registros públicos.....	51
Figura 24. Comunica, Medio de difusión digital interno.....	51
Figura 25. Comunica, Medio de difusión digital interno.....	52

Figura 26. Charlas de sensibilización ejecutadas en la entidad.	53
Figura 27. Charlas de sensibilización ejecutadas en la entidad.	53
Figura 28. Charlas de sensibilización ejecutadas en la entidad.	54
Figura 29. Charlas de sensibilización ejecutadas en la entidad.	54
Figura 30. Celebración de cumpleaños al presidente ejecutivo.	54
Figura 31. Capacitaciones de trabajo en equipo.	55
Figura 32. Dinámicas al interior de las oficinas sobre trabajo en equipo.	56
Figura 33. Grupo de trabajo de la cámara de comercio de Ocaña.	57
Figura 34. Desarrollo del video institucional.	58
Figura 35. Proyección del video.	59
Figura 36. Celebración del día de la mujer.	60
Figura 37. Celebración del día de la mujer.	60
Figura 38. Actividad de recreación con participación de los funcionarios de la entidad.	60
Figura 39. Socializar los objetivos de la estrategia.	61

Lista de apéndices

Apéndice A. . Entrevista a coordinadores de área de los departamentos de la Cámara de Comercio de Ocaña.....	70
Apéndice B. Entrevista a coordinadores de área de los departamentos de la Cámara de Comercio de Ocaña.....	71
Apéndice C. Entrevista a coordinadores de área de los departamentos de la Cámara de Comercio de Ocaña.....	73
Apéndice D. Nota realizada sobre los ganadores de la rifa 2019 realizada por la Cámara de Comercio de Ocaña para sus afiliados.	74
Apéndice E. Capacitaciones brindadas por la Cámara de comercio de Ocaña.....	75
Apéndice F. Grabaciones de las escenas del video institucional.	76
Apéndice G. Organización de las encuestas aplicadas a los 16 funcionarios.	77
Apéndice H. Solicitud de aprobación de actividades al realizar al interior de la Cámara de Comercio de Ocaña.....	78
Apéndice I. Artes de sensibilización sobre beneficios del trabajo en equipo.	78
Apéndice J. Resultados y análisis de lista de chequeo.....	79
Apéndice K. Producción del guion técnico.....	80
Apéndice L Cuestionario aplicado en la Cámara de Comercio de Ocaña sobre clima organizacional.	81

Resumen

Con el propósito de fortalecer los procesos de comunicación interna en los empleados de la Cámara de Comercio de Ocaña Norte de Santander, se diseñó una estrategia comunicativa que permitió fortalecer el clima organizacional y el trabajo en equipo en aproximadamente 23 empleados con los que cuenta actualmente esta entidad.

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 describieran los hechos o circunstancias en las que se evidenciaron algunas debilidades en este aspecto, metodología que se llevó a cabo por más de dos semanas, donde se pudo observar que era necesario fomentar capacitaciones sobre la convivencia laboral y sobre qué es el 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 tipo Likert, con una escala que abarcó ítems como: “Totalmente de acuerdo, de acuerdo, algunas veces, en desacuerdo y totalmente en desacuerdo”. Finalmente estas encuestas arrojaron un resultado favorable, pero con dificultades en relaciones interpersonales y el trabajo en equipo; por otro parte, se presentan diferentes puntos de vista a favor del ambiente laboral que se presenta en la Cámara de Comercio. Además se realizó un plan de mejora sobre las variables del clima organizacional que se percibieron como menos favorables por parte de los funcionarios encuestados.

Así mismo, 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.

Introducción

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

En el presente siglo las micro, medianas y grandes organizaciones, tienen la necesidad de crear y comunicar procesos que les ayuden a difundir las metas, los objetivos y los planes. La comunicación es un proceso de interacción social que siempre se da dentro de una empresa y que está ligado a la motivación de los trabajadores.

Desde allí, se puede abordar que este tema es de suma importancia para la entidad, debido a que esto lleva a una gran responsabilidad por parte de los funcionarios para lograr un ambiente sano y productivo, pero las jornadas laborales, la relación entre el personal de la empresa, pueden ser un vínculo o un obstáculo para el buen desempeño de la organización; el clima es la percepción personal que los trabajadores y directivos se forman de su organización y que incide directamente en los resultados de la misma.

Para la entidad de la Cámara de Comercio de Ocaña, el clima organizacional es fundamental para su desarrollo, puesto que esta posibilita en el logro de las metas. Toda organización debe o necesita mantenerse activo en el mercado; para eso, se requiere obtener un

nivel corporativo que le permita dar un valor necesario en los procesos indispensables para el comportamiento y el desempeño laboral.

El ambiente profesional y específicamente el trabajo en equipo dentro de una empresa tiene un gran valor, pues al no existir una adecuada relación del capital humano no podrá desarrollarse un trabajo mancomunado, eso afecta a todos los miembros del grupo dejando una serie de inconvenientes dentro de la organización. Una empresa no puede funcionar correctamente si los procesos de comunicación no son efectivos, ya que existirán diferencias entre los empleados, afectando el rendimiento laboral de la organización, tanto en desarrollo grupal e individual.

En este trabajo se presentarán de manera precisa y resumida los objetivos, metas y actividades ejecutadas en el diseño e implementación de una estrategia de comunicación interna para mejorar el clima organizacional de la Cámara de Comercio de Ocaña Norte de Santander.

En beneficio de la construcción de procesos comunicativos, es importante el diseño y la implementación de una estrategia de comunicación que permita fortalecer el clima organizacional y el trabajo en equipo de los empleados de esta entidad, que posibilite una gestión más eficiente en cuanto a las comunicaciones internas como: su comportamiento, actitudes, compañerismo, sentido de pertenencia, identidad, lealtad, fraternidad, entre otros.

Finalmente, se trabajó en equipo dentro de la empresa, para obtener una buena relación del capital humano realizando se definirán acciones y recomendaciones que inciden en el mejoramiento del ambiente laboral y el trabajo capacitaciones, dinámicas sobre el trabajo en

equipo y jornadas de integración con los funcionarios, logrando diseñar la estrategia de comunicación interna para mejorar la entidad.

Capítulo 1. Diseño e implementación de una estrategia de comunicación interna para fortalecer el clima organizacional en los empleados de la Cámara de Comercio de Ocaña.

1.1 Descripción breve de la empresa

La Cámara de Comercio de Ocaña es un ente privado con responsabilidades públicas, de carácter corporativo gremial y sin ánimo de lucro, administrada y gobernada por los comerciantes que se encuentran matriculados en el registro mercantil y que tengan la calidad de afiliados.

Su propósito principal es defender y estimular los intereses generales de los micros empresas, pequeñas, medianas y grandes empresas que componen al municipio de Ocaña y su provincia.

Así mismo, la Cámara de Comercio de Ocaña está comprometida con el desarrollo económico, impulsando el progreso empresarial, promoviendo así el emprendimiento, la innovación, la formalización y la competitividad regional. (Cámara de Comercio Ocaña, 2018)

1.1.1. Misión. “Prestar con eficiencia, calidad y transparencia las funciones delegadas por el Estado y promover el desarrollo comercial y empresarial de la región dentro de la dinámica del emprendimiento, productividad y competitividad” (Cámara de Comercio Ocaña, 2018, p.1).

1.1.2. Visión. “En el 2020 con el profesionalismo, compromiso, mejora continua del talento humano y los avances tecnológicos, la Cámara de Comercio de Ocaña, potenciará la actividad económica de la región liderando sus procesos y haciéndola más competitiva” (Cámara de Comercio Ocaña, 2018, pág. 1).

1.1.3. Objetivos institucionales de la empresa. Según lo establecido en Cámara de Comercio Ocaña (2018), los objetivos de la Cámara de Comercio de Ocaña son los siguientes:

- **Crecimiento.** La Cámara de Comercio de Ocaña debe crecer en los próximos 3(tres) años. Para ello fija objetivos con los que debe comprometerse toda la entidad.

Consolidación en mercado actual. Mediante la actualización tecnológica en la prestación de sus servicios.

- **Crecimiento de Nuevas Líneas de Servicios.** Especialmente en lo relacionado al servicio de asesoría externa.

Modernización Tecnológica. En los próximos 3 (tres) años deberá concluir la modernización de los equipos utilizados en la prestación del servicio, para garantizar mayor flexibilidad y calidad.

- **Desarrollo Humano.** Somos una entidad gremial sin ánimo de lucro que presta eficientemente las funciones delegadas por el Estado; promovemos el fortun objetivo permanente de la misma. Lograr altos niveles de desarrollo del talento humano es alcanzar una ventaja diferencial muy importante en los mercados de hoy.

Para ello, la Cámara de Comercio invertirá en la educación y desarrollo de su talento humano como una condición indispensable para lograr sus fines.

- **Servicio al Cliente.** Crear una cultura de servicio al cliente será una estrategia fundamental para la organización, para ello deberá conocer al cliente, obtener los índices de satisfacción con el servicio que recibe, establecer un sistema de seguimiento que permita asegurar su lealtad.

La calidad y excelencia del servicio serán la ventaja diferenciadora de La Cámara de Comercio de Ocaña.

- **Conocimiento del Entorno.** Dentro del marco de nuestra misión y de los objetivos se crearán mecanismos que permitan auditar permanentemente el entorno. Para ello se seleccionarán aquellos factores claves que influyen en nuestras tareas corporativas y se diseñarán los mecanismos para su seguimiento y análisis permanente. Así la entidad

consolidará su orientación proactiva y anticipatoria. Se recordará siempre que La Cámara de Comercio de Ocaña es un ciudadano corporativo integral, con participación en las actividades comunitarias que propenda por el bien común y demostrando un profundo respeto por las leyes y las instituciones del país y en aquellas donde participe. (pág. 1)

1.1.4. Descripción de la estructura organizacional. La estructura organizacional de la Cámara de Comercio está constituida por la Junta Directiva, luego está el revisor fiscal, el presidente ejecutivo; de ahí, Secretaría presidencia, Servicios Generales luego se desprenden dos departamentos; Prensa y Comunicaciones y Control Interno, más abajo continúa la dirección de Jurídica, donde se encuentran el área de Coordinación de Registros Públicos y Auxiliar de Registros Públicos, Dirección de Desarrollo y Promoción, dirección Administrativa, Departamento de Coordinación de Programas Institucionales, de este se desprende el Auditorio (Cine Leonelda), Coordinación Documental Promoción y Desarrollo, Departamento de Contabilidad y Finanzas y Dirección de Sistemas.

Según Cámara de Comercio Ocaña (2018), la Cámara de Comercio de Ocaña cuenta con una completa estructura organizacional conformada por:

- **Director Jurídico.** Atender en forma especializada los asuntos legales de la entidad en todo lo relacionado con el aspecto jurídico de los registros públicos, verificando que los actos registrados se realicen conforme a la legislación vigente y se cumpla con las atribuciones encargadas a la entidad.

- **Auxiliar de Registros Públicos.** Dirigir, entrenar y supervisar las labores de recaudo realizadas por los funcionarios de la caja, promoviendo los mejores estándares de atención y servicio al usuario, buscando un procesamiento rápido y eficiente de las diferentes operaciones o transacciones.

- **Coordinador Documental.** Organizar y ejecutar los procesos relacionados con los trámites RUE, inscripción de documentos y posterior revisión de certificados, buscando prestar un servicio oportuno y con calidad total a los diferentes clientes que solicitan información, de acuerdo con las políticas de la empresa y la normatividad legal vigente.

- **Secretaria Presidencia Ejecutiva.** Organizar y velar por el correcto funcionamiento de la dependencia, en cuanto a los servicios que en ella se brinden, especialmente en la organización de archivos, atención al público, transcripciones y dotación de papelería y útiles para la oficina y ejecutar las actividades que le correspondan para el cumplimiento de los procedimientos establecidos en la entidad.

- **Servicios Generales.** Apoyar a la secretaría administrativa en la detección, planeación y atención que requieran las áreas del centro para su mejor desempeño.

- **Director de Promoción y Desarrollo.** Fortalecer la imagen de la Cámara de Comercio como motor de desarrollo económico, social y cultural del municipio de Ocaña.

- **Contador Público.** Contribuir al adecuado manejo de los recursos de la entidad, mediante una óptima utilización e interpretación de la información contable, como herramienta estratégica en el análisis de la situación financiera de la organización.

- **Auxiliar contable.** Contribuir al adecuado manejo de los recursos de la entidad, mediante una óptima utilización e interpretación de la información contable, como herramienta estratégica en el análisis de la situación financiera de la organización.

- **Director de Sistemas.** Se encarga de brindar soporte operativo a los procesos camerales garantizando el correcto funcionamiento de equipos de cómputo, de comunicaciones y software necesario para el desarrollo de las funciones de la entidad.

- **Jefe de Control Interno.** Velar por el cumplimiento de las normas y políticas contables, financieras y administrativas, recomendar los ajustes y correctivos en el desarrollo de los planes, programas y proyectos de la entidad. Ejercer el Control Interno y promover el Autocontrol con base en el Sistema Cameral de Control Interno para garantizar la salvaguarda de los bienes de la entidad y el aseguramiento de la gestión de calidad.

- **Jefe de Prensa y Comunicaciones.** Crear, proponer, planificar, organizar, dirigir, desarrollar, controlar y evaluar y aplicar estrategias de comunicación que fortalezcan y contribuyan a una imagen positiva de la entidad; además de gestionar una coordinación constante con los medios de comunicación regionales con el propósito de mantener herramientas de difusión permanente.

- **Coordinación de auditorio y Programas Institucionales.** Coordinar, supervisar en lo relacionado con el cine y el auditorio con el fin de lograr la efectividad y eficiencia en los procesos a cargo, así mismo, Acompañar el proceso de implementación y mejoramiento del SG-SST en el marco de los requisitos de acuerdo con la normatividad nacional vigente.

Finalmente, el departamento **Auxiliar Administrativo.** Realizar actividades administrativas, archivo, mensajería y reparaciones locativas con el fin de brindar un mejor servicio.

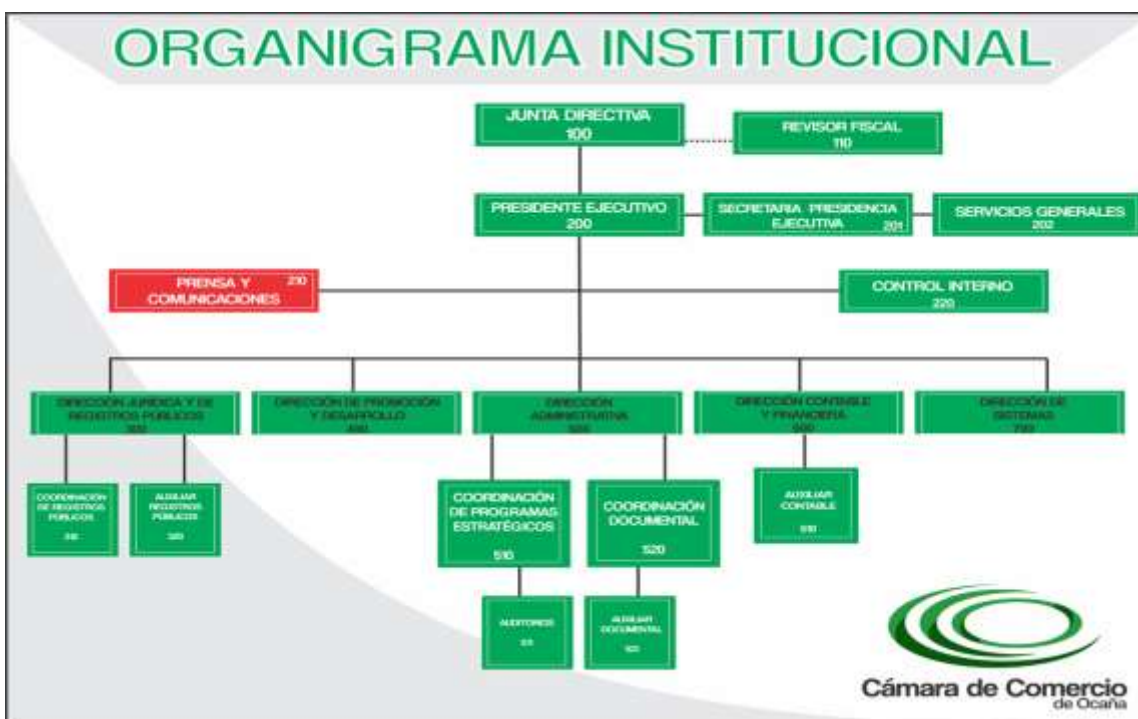


Figura 1. Organigrama de la cámara comercio de Ocaña
Fuente. Cámara de comercio.

1.1.5. Descripción de la dependencia asignada. La oficina de Prensa y

Comunicaciones hace parte fundamental de la entidad ya que, es la responsable de llevar un control de las comunicaciones internas y externas de la organización brindando una información clara y oportuna, y es el responsable de llevar a cabo las campañas, capacitaciones y demás que estén relacionadas con la entidad, la cual pretende generar un proceso de comunicación que permita desarrollar mejor los canales de comunicación para obtener mejor rendimiento en su trabajo.

- **Su objetivo general es.** Crear, proponer, planificar, organizar, dirigir, desarrollar, controlar evaluar y aplicar estrategias de comunicación que fortalezcan y contribuyan a una imagen positiva de la entidad; además de gestionar una coordinación constante con los medios de comunicación regionales con el propósito de mantener herramientas de difusión permanente. Su estructura interna está compuesta por un comunicador social.

- **Sus funciones.** Mantener una estrecha y eficaz relación con los Medios de Comunicación.

Lograr que la Comunicación sea. Clara, transparente, rápida y veraz.

Potenciar, desarrollar y difundir las actividades de Comunicación, empleando los correos masivos. Dirigir, organizar y mantener actualizada la página WEB de las actividades de la

entidad. Elaborar informes periódicos de las actividades realizadas. Implementar un sistema dinámico y efectivo en los flujos de información o mensajes que se producen en la organización.

Coordinar los archivos de prensa y fotografías de la Institución. Supervisar y coordinar campañas de promoción y difusión de las actividades de la Entidad Coordinar y dirigir todas las pautas periodísticas de las distintas actividades que se realicen en la Institución, Organizar y diseñar estrategias periodísticas. Además, lo que asigne la Presidencia Ejecutiva de acuerdo con el carácter de sus funciones.

1.2 Diagnóstico inicial de la dependencia asignada (DOFA)

Para la realización de este diagnóstico inicial se tuvo en cuenta la metodología cualitativa, utilizando la entrevista como herramienta de recolección de datos, pues como lo afirma Janesick (1998), citado por Hernández (2014). “en la entrevista, a través de las preguntas y respuestas se logra una comunicación y la construcción conjunta de significados respecto a un tema”.

De esta manera, se realizó una entrevista a varios funcionarios de la entidad, con objetivo de conocer la situación actual del clima organizacional y el trabajo en equipo entre los empleados de la Cámara de Comercio, durante la conversación se pudo evidenciar que esta no cuenta con un buen clima organizacional y con poca comunicación, están reservados a tener poca colaboración de los empleados, quienes forman parte del recurso humano y por lo tanto, no existirá un trabajo en equipo. (Ver Apéndice A, B, C)

Identificando las diferentes Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas que actualmente presenta la entidad en cuanto al ámbito comunicacional, a continuación se detalla el resultado del análisis con la información recolectada y descrita anteriormente, se realizó una matriz FODA.

Tabla 1
Diagnóstico inicial de la dependencia asignada (DOFA).

FACTORES INTERNOS	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	-Credibilidad y reconocimiento al ser una entidad que presta un servicio de calidad a los comerciantes.	-Error en los procesos de comunicación interna.
	- Manejo de la entidad corporativa.	-Falta motivacional en el ambiente laboral.
	-Innovación tecnológica en las instalaciones del ente cameral.	-El personal de atención al cliente necesita preparación.
	-La Capacidad organizativa y de sistemas, que posee la entidad permite una respuesta rápida y oportuna a los usuarios.	- Falta de colaboración y asistencia al trabajo en equipo por parte de los funcionarios.
FACTORES EXTERNOS	- Profesionales amables y dispuestos a ofrecer un excelente trabajo	- Atraso y errores por parte del área de SG-SST en divulgar cada norma que existe para evitar accidentes laborales.
	ESTRATEGIA FO	ESTRATEGIA DO
OPORTUNIDADES	-Creación de un plan estratégico para mejorar el clima organizacional Cámara de Comercio.	-Realizar capacitaciones al personal en relación del trabajo en equipo para ser más eficiente en su labor.
-Buenas relaciones públicas de la Cámara de Comercio Ocaña con otras entidades locales.		
-Convenios con instituciones para aumentos de cursos de formación al personal.		
-Calidad y excelencia para efectuar capacitaciones programadas por la entidad.		
AMENAZAS	ESTRATEGIA FA	ESTRATEGIA DA
-Desconocimiento por parte de la comunidad en general de los servicios que presta la entidad.	-Implementar campañas o eventos de comunicación que dé a conocer la importancia del clima organizacional y el trabajo en equipo, para un mejor desempeño laboral y profesional.	-Motivar a los funcionarios a la participación de actividades programadas, como. Reuniones, campañas internas e información en general.

Nota. La tabla muestra el diagnóstico inicial de la dependencia asignada. Fuente. Autor del proyecto.

1.2.1. Planteamiento del problema. El clima organizacional es de suma importancia para cualquier organización, cuando esta decide emprender un camino con muchos o pocos empleados deben cumplir con funciones de responsabilidad, para mantener el equipo de trabajo más unido, esto va a ocasionar un desempeño laboral entre los mismos y efectuar una buena relación.

Para el logro de este aspecto interno dentro de una organización es necesario, tomar en cuenta al personal en la toma de decisiones, tener definidos los canales de comunicación, contar con un líder que mantenga motivado al personal y que permita el trabajo en equipo.

Según (Reichers & Schneider, 1990) definen el clima organizacional a través del siguiente concepto. “consiste en las percepciones compartidas que los miembros desarrollan en relación con las políticas, practicas, y procedimientos organizacionales, tanto formales como informales”.

Actualmente la Cámara de Comercio de Ocaña afronta una pequeña problemática en sus comunicaciones internas; por lo tanto, no cuenta con usos adecuados de los canales de comunicación entre las diferentes dependencias de la entidad con las que cuenta, lo cual genera un poco de distancia entre los funcionarios para una mejor convivencia laboral y una excelente comunicación para su proceso de adaptación.

Así mismo, es difícil que los empleados que llegan a ocupar un nuevo cargo en la entidad, la falta de inducciones al nuevo personal del ente cameral, para aclarar dudas sobre sus obligaciones, sus nuevos compañeros y su respectivo trabajo, en cuestiones de la filosofía

institucional (la misión, la visión, los objetivos, políticas y programas relacionados con la entidad) pertinente a esto, no es conveniente comunicar o darle la bienvenida a un nuevo personal por medios digitales o impresos.

Por otro lado, si en la entidad no trabajan un buen ambiente no se permitirá analizar y tratar el problema desde una perspectiva excelente, ya que tendrán ciertos errores al comunicarse y eso será el problema fundamental en el rendimiento laboral, lo cual está estrechamente relacionado con la identidad que es parte de la cultura; esta a su vez es un factor importante dentro del ente, pues ello es el comportamiento y la calidad de servicio que brinda el personal.

Como opción para iniciar y solucionar esta situación, se podrían implementar charlas sobre trabajo en equipo, comunicación y sensibilizar al personal sobre las formas adecuadas para manifestar una buena actitud, para conocer lo que los funcionarios piensan sobre su puesto y entorno laboral, se lograrán diseñar una estrategia y un plan de trabajo que ayude hacia una adecuada comunicación y por ende, en el mejoramiento del clima organizacional del trabajo en equipo.

Las siguientes afirmaciones se hacen por medio de observaciones de casi cuatro meses y medio directas, realizadas por el autor de este trabajo ya que pertenece al Área de Prensa y Comunicaciones de la Cámara de Comercio de Ocaña, donde se logró percibir pequeñas dificultades que hacen la diferencia a la hora de trabajar, adicionalmente se cuenta con apreciaciones de algunos funcionarios de la entidad. ¿Cuál es la situación actual del clima organizacional de la entidad de la Cámara de Comercio de Ocaña?

1.3 Objetivos de la pasantía

1.3.1. Objetivo general. Desarrollar una estrategia de comunicación que permita fortalecer el clima organizacional y el trabajo en equipo en los empleados de la Cámara de Comercio de Ocaña Norte de Santander.

1.3.2. Objetivos específicos. Realizar un diagnóstico del estado de comunicación interna y clima organizacional de la Cámara de Comercio de Ocaña.

- Diseñar una estrategia comunicativa encaminada hacia el mejoramiento del clima organizacional en los funcionarios de la Cámara de Comercio.

- Implementar las actividades propuestas para mejorar el clima organizacional y en el trabajo en equipo de la entidad de la Cámara de Comercio de Ocaña.

1.4 Descripción de las actividades a desarrollar en la misma.

Tabla 2

Actividades por desarrollar

Objetivo General	Objetivos Específicos	Actividades a desarrollar en la empresa para hacer posible el cumplimiento de los Objetivos Específicos
Desarrollar una estrategia de comunicación que permita fortalecer el clima organizacional y el trabajo en equipo en los empleados de la Cámara de Comercio de Ocaña Norte de Santander.	Realizar un diagnóstico del estado de comunicación interna y clima organizacional de la Cámara de Comercio de Ocaña	<ul style="list-style-type: none"> -Realizar una observación de campo para conocer más el trabajo de los funcionarios, (su comportamiento, actitud, compañerismo, acercamientos entre ellos y tratamiento al personal. -Realizar encuestas sobre el conocimiento frente al clima organizacional y el trabajo en equipo para verificar como se encuentra la entidad. -Lista de chequeo de los medios internos y canales de comunicación. -Tabular cada una de las respuestas de la encuesta aplicada. -Realizar un análisis de la evaluación del clima organizacional en la Cámara de Comercio de Ocaña.
	Diseñar una estrategia comunicativa encaminada hacia el mejoramiento del clima organizacional en los funcionarios de la Cámara de Comercio de Ocaña.	<ul style="list-style-type: none"> -Realización de un guion para un video clip de trabajo en equipo de la entidad. -Solicitar a comunicaciones la producción del video. -Mantener informados a los empleados de los eventos institucionales. -Diseñar campañas de sensibilización en clima organizacional (fechas especiales, por profesión, de cumpleaños entre otros). -Organizar jornadas de capacitación de trabajo en equipo.
	Implementar las actividades propuestas para mejorar el clima organizacional y el trabajo en equipo de la Cámara de Comercio.	<ul style="list-style-type: none"> -Socializar la estrategia de comunicación interna. -Proyectar el video de trabajo en equipo al presidente ejecutivo y los a funcionarios de la entidad. -Establecer jornadas de integración con los funcionarios de la Cámara de Comercio de Ocaña. -Presentar los objetivos de la estrategia interna. -Atender a las sugerencias para el mejoramiento de la implementación de la estrategia.

Nota. En la tabla se observan las actividades a desarrollar. Fuente. Autor del proyecto.

Capítulo 2. Enfoques referenciales

2.1 Enfoque Conceptual

Para el desarrollo del presente trabajo que busca el fortalecimiento del clima organizacional mediante la implementación de estrategias, este informe llega a una serie de conceptos que cooperan al logro del buen desarrollo y del mejoramiento del clima organizacional de la Cámara de Comercio de Ocaña.

Estrategia de Comunicación. El autor (Sánchez, 2015) comenta que.

El nacimiento de la estrategia como forma de pensar la acción que tiene su origen en el campo militar. Los primeros escritos en China y Grecia que hacen mención a la estrategia datan del siglo IV a V a. C. Durante más de 2500 años se ha guardado esa relación entre lo estratégico y lo militar como forma de establecer criterios de acción para el combate. (p. 466).

Por otra parte, (Mefalopulos & Kamlongera, 2008). También definen estrategia como. “Una serie sistemática y bien planificada de acciones que combinan diferentes métodos, técnicas y herramientas, para lograr un cambio concreto u objetivo, utilizando los recursos disponibles, en un tiempo determinado”.

Igualmente, una estrategia de comunicación es una serie de acciones bien planificadas que se propone lograr ciertos objetivos a través del uso de métodos, técnicas y enfoques de comunicación. De esta definición se puede deducir que antes de empezar a pensar en la estrategia de comunicación se deben tener en cuenta objetivos muy claros.

Tipos son la base de la estrategia. Una vez que los objetivos están definidos, es necesario evaluar los recursos disponibles para perfeccionar la estrategia de comunicación. Esta estrategia debe ser.

- Consistente con las conclusiones de campo y con el marco de referencia del proyecto
- Viable con relación a los recursos disponibles y con el tiempo determinado
- Efectiva, o sea que hace el mejor uso de los recursos disponibles para lograr todos los objetivos.

Clima Organizacional. El clima organizacional es considerado un proceso importante en cualquier organización busca lograr una mejor competitividad y mejorar el servicio ofrecido, por medio de estrategias internas.

El clima organizacional es un beneficio para cualquier organización competitiva en el mercado grande, mediana o pequeña que quiera fortalecer sus ingresos, es fundamental para su desarrollo, puesto que esta posibilitada en el logro de las metas. Toda organización debe o necesita mantenerse activo en el mercado; para eso, se requiere obtener un nivel corporativo que le permita dar un valor necesario en los procesos indispensables para el comportamiento y el desempeño laboral.

(Lewin, 1936), expone el concepto de clima organizacional proviene originalmente, quien demostró que el comportamiento humano depende de la situación global donde ocurre la conducta. Es decir, la conducta es una función de la interacción entre persona y ambiente.

Según (Chiavenato, 2009)“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)”.

Luego (Camrbell, 1970), amplía el concepto y lo considera como un conjunto de atributos relativamente duraderos y específicos del ambiente interno de la organización que puede ser deducido del modo en que una organización se relaciona con sus miembros y su ambiente. En esta relación el individuo toma actitudes y se crea expectativas que describen la organización en su características estáticas como en grado de autonomía.

Trabajo en Equipo. Cada organización está compuesta por un grupo de personas las cuales deben trabajar en pro de un objetivo y esto se logra a través de un trabajo en equipo,

donde haya colaboración entre sus miembros, una buena actitud para solucionar los conflictos y una adecuada disposición para afrontar con éxito los cambios que se presenten.

El trabajo en equipo puede considerarse al “Número reducido de personas con capacidades complementarias, comprometidas con un propósito, un objetivo de trabajo y un planeamiento comunes y con responsabilidad mutua compartida”

Para Kaplan “el concepto al decir que las metas por conseguir son, Más utilidades, crecimiento sostenido y competencia eficaz en una economía global y propone que las empresas desarrollen principalmente el trabajo en equipo”.

Cultura organizacional. Según (Chiavenato, 2007), define la cultura organizacional “como un sistema de creencias y valores compartidos que se desarrolla dentro de una organización o dentro de una subunidad y que guía y orienta la conducta de sus miembros.”

En cuanto (Schein, 1988), “afirma que la cultura organizacional está constituida por aquellas soluciones a los problemas internos y externos que han sido tratados por un grupo y sirven para enseñar a los nuevos miembros la vía correcta para percibir, pensar y sentir en relación con esos problemas”.

Canales de Comunicación. En una organización, la información fluye hacia adelante, hacia atrás y hacia los lados. Este flujo de información se llama comunicación. Los canales de

comunicación de la empresa se refieren a la forma en que fluye la información dentro de la organización.

En esta red conocida como la comunicación, un gerente se convierte en un enlace. Las instrucciones o decisiones fluyen hacia arriba, hacia abajo o hacia los lados, en función de la posición del gerente en la red de comunicación.

Por ejemplo, un informe de un gerente de nivel inferior fluirá hacia arriba a los gerentes de nivel superior o directores. Este flujo ascendente de información puede darse a través de conversaciones cara a cara, correos electrónicos o notas interdepartamentales”.

2.2 Enfoque Legal

Preámbulo. El Pueblo de Colombia 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. (Constitución Política de Colombia, 1991)

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. (Constitución Política de Colombia, 1991)

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" (Ley 1507, 2012)

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. (Enticconfio.gov.co, 2009). La ley 23 de 1982. En el Artículo 12 se hace referencia a los derechos patrimoniales en los siguientes términos.

Artículo 12. El autor de una obra protegida tendrá el derecho exclusivo de realizar o de autorizar uno cualquiera de los actos siguientes.

- Reproducir la obra;
- Efectuar una traducción, una adaptación, un arreglo o cualquier otra transformación de la obra,

- Comunicar la obra al público mediante la representación, ejecución, radiodifusión o por cualquier otro medio.”

Por su parte, en el artículo 13 de la Decisión 351 relacionada con el derecho el autor y los derechos anexos, se expresa lo siguiente.

Artículo 13. El autor o, en su caso, sus derechos habientes, tienen el derecho exclusivo de realizar, autorizar o prohibir.

- La reproducción de la obra por cualquier forma o procedimiento;
- La comunicación pública de la obra por cualquier medio que sirva para difundir las palabras, los signos, los sonidos o las imágenes;
- La distribución pública de ejemplares o copias de la obra mediante la venta, arrendamiento o alquiler;
- La importación al territorio de cualquier País Miembro de copias hechas sin autorización del titular del derecho;
- La traducción, adaptación, arreglo u otra transformación de la obra (Comunidad Andina de Naciones, 1993, p.6).

Ley estatutaria 1581 de 2012; Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales. (Ley 1581 , 2012)

Artículo 1. Objeto. La presente ley tiene por objeto desarrollar el derecho constitucional que tienen todas las personas a conocer, actualizar y rectificar las informaciones que se hayan recogido sobre ellas en bases de datos o archivos, y los demás derechos, libertades y garantías constitucionales a que se refiere el artículo 15 de la Constitución Política; así como el derecho a la información consagrado en el artículo 20 de la misma.

Artículo 2. Ámbito de aplicación. Los principios y disposiciones contenidas en la presente ley serán aplicables a los datos personales registrados en cualquier base de datos que los haga susceptibles de tratamiento por entidades de naturaleza pública o privada.

La presente ley aplicará al tratamiento de datos personales efectuado en territorio colombiano o cuando al Responsable del Tratamiento o Encargado del Tratamiento no establecido en territorio nacional le sea aplicable la legislación colombiana en virtud de normas y tratados internacionales.

El régimen de protección de datos personales que se establece en la presente ley no será de aplicación.

A las bases de datos o archivos mantenidos en un ámbito exclusivamente personal o doméstico.

Cuando estas bases de datos o archivos vayan a ser suministrados a terceros se deberá, de manera previa, informar al Titular y solicitar su autorización. En este caso los Responsables y

Encargados de las bases de datos y archivos quedarán sujetos a las disposiciones contenidas en la presente ley;

A las bases de datos y archivos que tengan por finalidad la seguridad y defensa nacional, así como la prevención, detección, monitoreo y control del lavado de activos y el financiamiento del terrorismo;

A las Bases de datos que tengan como fin y contengan información de inteligencia y contrainteligencia;

A las bases de datos y archivos de información periodística y otros contenidos editoriales;

A las bases de datos y archivos regulados por la Ley 1266 de 2008;

A las bases de datos y archivos regulados por la Ley 79 de 1993.

Artículo 19. Autoridad de Protección de Datos. La Superintendencia de Industria y Comercio, a través de una Delegatura para la Protección de Datos Personales, ejercerá la vigilancia para garantizar que en el Tratamiento de datos personales se respeten los principios, derechos, garantías y procedimientos previstos en la presente ley.

Artículo 20. Recursos para el ejercicio de sus funciones. La Superintendencia de Industria y Comercio contará con los siguientes recursos para ejercer las funciones que le son atribuidas por la presente ley.

Los recursos que le sean destinados en el Presupuesto General de la Nación.

Ley 1474 de 2011, por la cual se dictan normas orientadas a fortalecer los mecanismos de prevención, investigación y sanción de actos de corrupción y la efectividad del control de la gestión pública. (Ley 1474, 2011)

Artículo 78. Dispone que todas las entidades y organismos de la Administración Pública tengan la obligación de desarrollar su gestión acorde con los principios de democracia participativa y democratización de la gestión pública. Para ello podrán realizar todas las acciones necesarias con el objeto de involucrar a los ciudadanos y organizaciones de la sociedad civil en la formulación, ejecución, control y evaluación de la gestión pública.

Entre otras podrán realizar las siguientes acciones.

- Convocar a audiencias públicas;
- Incorporar a sus planes de desarrollo y de gestión las políticas y programas encaminados a fortalecer la participación ciudadana;
- Difundir y promover los derechos de los ciudadanos respecto del correcto funcionamiento de la Administración Pública;

- Incentivar la formación de asociaciones y mecanismos de asociación de intereses para representar a los usuarios y ciudadanos;
- Apoyar los mecanismos de control social que se constituyan;
- Aplicar mecanismos que brinden transparencia al ejercicio de la función administrativa.

Artículo 86. Imposición de multas, sanciones y declaratorias de incumplimiento. Las entidades sometidas al Estatuto General de Contratación de la Administración Pública podrán declarar el incumplimiento, cuantificando los perjuicios del mismo, imponer las multas y sanciones pactadas en el contrato, y hacer efectiva la cláusula penal. Para tal efecto observarán el siguiente procedimiento.

Evidenciado un posible incumplimiento de las obligaciones a cargo del contratista, la entidad pública lo citará a audiencia para debatir lo ocurrido. En la citación, hará mención expresa y detallada de los hechos que la soportan, acompañando el informe de interventoría o de supervisión en el que se sustente la actuación y enunciará las normas o cláusulas posiblemente violadas y las consecuencias que podrían derivarse para el contratista en desarrollo de la actuación. En la misma se establecerá el lugar, fecha y hora para la realización de la audiencia, la que podrá tener lugar a la mayor brevedad posible, atendida la naturaleza del contrato y la periodicidad establecida para el cumplimiento de las obligaciones contractuales. En el evento en que la garantía de cumplimiento consista en póliza de seguros, el garante será citado de la misma manera;

En desarrollo de la audiencia, el jefe de la entidad o su delegado, presentará las circunstancias de hecho que motivan la actuación, enunciará las posibles normas o cláusulas posiblemente violadas y las consecuencias que podrían derivarse para el contratista en desarrollo de la actuación. Acto seguido se concederá el uso de la palabra al representante legal del contratista o a quien lo represente, y al garante, para que presenten sus descargos, en desarrollo de lo cual podrá rendir las explicaciones del caso, aportar pruebas y controvertir las presentadas por la entidad;

Hecho lo precedente, mediante resolución motivada en la que se consigne lo ocurrido en desarrollo de la audiencia y la cual se entenderá notificada en dicho acto público, la entidad procederá a decidir sobre la imposición o no de la multa, sanción o declaratoria de incumplimiento. Contra la decisión así proferida sólo procede el recurso de reposición que se interpondrá, sustentará y decidirá en la misma audiencia. La decisión sobre el recurso se entenderá notificada en la misma audiencia;

En cualquier momento del desarrollo de la audiencia, el jefe de la entidad o su delegado, podrá suspender la audiencia cuando de oficio o a petición de parte, ello resulte en su criterio necesario para allegar o practicar pruebas que estime conducentes y pertinentes, o cuando por cualquier otra razón debidamente sustentada, ello resulte necesario para el correcto desarrollo de la actuación administrativa. En todo caso, al adoptar la decisión, se señalará fecha y hora para reanudar la audiencia.

La entidad podrá dar por terminado el procedimiento en cualquier momento, si por algún medio tiene conocimiento de la cesación de situación de incumplimiento.

Capítulo 3. Informe de Cumplimiento de Trabajo

3.1 Presentación de resultados

La presentación de los resultados se realizará de acuerdo a los objetivos específicos del proyecto.

Objetivo Específico 1. Realizar un diagnóstico del estado de comunicación interna de la entidad de la Cámara de Comercio de Ocaña.

Actividades.

Actividad 1. Realizar una observación de campo para conocer más el trabajo de los funcionarios, (su comportamiento, actitud, compañerismo, acercamientos entre ellos y tratamiento al personal)

Guía de Observación					
Nombre de la empresa:			Cámara de Comercio de Ocaña		
Nombre del observador			Alejandra Bautista Durán		
fecha de observación :			11 y 12 de marzo de 2019		
Objetivo: Observar y evaluar los distintos medios de comunicación y las herramientas comunicativas de la empresa					
No.	Aspectos a Evaluar	Bueno	Malo	Regular	Observaciones
1	Clima organizacional			Si	Los funcionarios poco colaborar para el desarrollo de actividades para el mejoramiento del clima y ambiente eso hace la diferencia al momento de trabajar.
2	Herramientas de difusión de información	Si			Cuentan con algunas herramientas, entre esas, redes sociales, cartelera físicas y digitales y cuentan con periódico informativo digital publicado cada tres meses.
3	Percepción de los medios de comunicación interna	Si			Cuentan con diferentes medios de información permitiendo a los empleados estar informados permanentemente, desde cualquier área donde se encuentre.
4	Estrategias de comunicación			Si	Son pocas las estrategias que manejan en la entidad, por falta de compromiso del personal en general.

Figura 2. Guía de Observación Cualitativa.

Fuente. Autor del proyecto

Actividad 2. Realizar encuestas sobre el conocimiento que tienen sobre el clima organizacional y el trabajo en equipo para verificar cómo se encuentra la entidad.

Con el objetivo de conocer la percepción de los funcionarios a cerca del Clima Organizacional, se realizó el diseño de una encuesta que permitiera identificar los procesos que realiza la entidad de la Cámara de Comercio de Ocaña.

Debido al trabajo que la entidad manejaba por el mes de marzo se tomó la decisión de aplicar el cuestionario de clima organizacional a los trabajadores, en forma de auto aplicación, es decir, se le entregó el Cuestionario a cada uno en su puesto de trabajo, el funcionario debía leer las instrucciones y contestar el cuestionario honestamente en un lapso de 2 días.

Sin embargo, los Cuestionarios no se entregaron el mismo día a todos los evaluados, así que se necesitó 1 semana para abarcar a todos.

Para el desarrollo de esta encuesta, que se realizó, se contó con el apoyo del Presidente Ejecutivo y el Jefe de Prensa de Comunicaciones, quienes colaboraron con la autorización para que los funcionarios realizaran las respectivas encuestas.

Para la aplicación de esta encuesta se elaboró un formato de 15 preguntas cerradas, para poder realizar una medición del Clima Organizacional de la entidad.



Figura 3 Encuestas aplicadas

Fuente. Autor del proyecto.

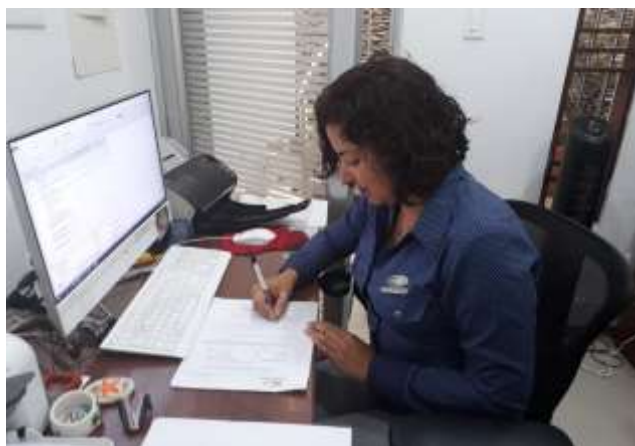


Figura 4. Encuestas aplicadas.

Fuente. Autor del proyecto.



Figura 5. Encuestas aplicadas.

Fuente. Autor del proyecto.

Actividad 3. Lista de chequeo y análisis de los medios internos.

Esta actividad se desarrolló con el objetivo de verificar y analizar los canales de comunicación con los que cuenta la entidad de la Cámara de Comercio de Ocaña.

Para esto se le realizó una entrevista al jefe de prensa y comunicaciones donde se conoció que el ente si cuenta con varios canales y medios en el cual se hace efectiva la comunicación interna, pero no con frecuencia se utilizan, tal cual que esa es una de las falencias que presenta la organización.



Figura 6. Entrevista con el Jefe de prensa y Comunicaciones de la Cámara de Comercio Ocaña. (Julián Andrés Parra)

Fuente. Autor del proyecto.

Para la ejecución de esta actividad, se tuvieron en cuenta las sugerencias del jefe de comunicaciones se buscó la manera para recolectar la información sobre los medios internos y los canales de comunicación que hay actualmente en la entidad y los más usados, para que no solo se contara lo que se quería decir, sino de igual forma escuchar sus comentarios y opiniones.

En la lista de chequeo se realizó unas series de preguntas en las cuales se tuvo en cuenta, las reuniones con el personal, los comunicados escritos, la realización de eventos, existencia de

las redes sociales de la entidad, la utilización de chat internos y Email para la comunicación, video conferencias y el manejo del buzón de sugerencias, estas preguntas fueron diseñadas para el jefe de comunicaciones, lo cual nos arrojó un estado favorable en la comunicación interna por medio de estos canales.

No obstante, se alcanzó analizar que la entidad de la Cámara de Comercio le falta una buena dirección de los canales y medios de comunicación, pues, le dan manejo de una forma no tan habitual ni constante a todos los señalados en la lista de chequeo, se observa que el tipo de medio más manejado es la red social “WhatsApp”, por medio de este se envían todos los comunicados, información e invitaciones a los eventos a realizar.

Al recolectar todos los datos ordenadamente, se recomienda realizar más reuniones para la motivación laboral de sus funcionarios, el manejo de todos los canales de comunicación los cuales son fundamentales, realizar eventos sociales y actividades recreativas donde se mejore el ambiente laboral y el compañerismo de trabajo y por último el uso de las carteleras informativas para que el trabajador no se olvide de nada importante. (Ver apéndice J)

Actividad 4. Tabular cada una de las respuestas de la encuesta aplicada.

A continuación, se presentan los resultados obtenidos en la encuesta “Clima Organizacional”

Población. 23 Funcionarios de la Cámara de Comercio de Ocaña.

Tamaño de la Muestra. Para la muestra fueron seleccionadas 16 personas escogidas aleatoriamente por área, tanto directiva como operativa.

Instrumento. el instrumento que se utilizó para evaluar el clima organizacional, fue el cuestionario está conformado por 15 Ítems los cuales abarcan 9 variables, las cuales cuentan con 2 preguntas cada una, obteniendo un total de 16 afirmaciones.

Metodología. Aplicación de preguntas cerradas.

Resultado de la aplicación de la encuesta. El resultado del análisis de la percepción que tienen los empleados en cuanto al clima organizacional de la empresa se explicará de la siguiente manera, en este sentido, ejecutar un estudio es significativo ya que permite hacer una retroalimentación de todos los procesos implícitos dentro de la organización, los cuales guían el comportamiento de los empleados hacia un mismo fin.

A continuación se encuentran los resultados de la evaluación de clima organizacional realizada con el fin de conocer y determinar las variables que son percibidas en el ambiente laboral por parte de los directivos y operativos que hacen parte de la Cámara de Comercio de Ocaña. Se representa en las gráficas de las respuestas que arrojaron los encuestadores; así mismo, un análisis interpretativo para describir las variables escogidas por ellos y por último un análisis comparativo con respecto a los resultados arrojados en la encuesta aplicada con el objetivo de conocer la apreciación de los empleados. En primer lugar, se quiso conocer según ellos cuáles son los mayores problemas que enfrenta la entidad y se obtuvo lo siguiente.

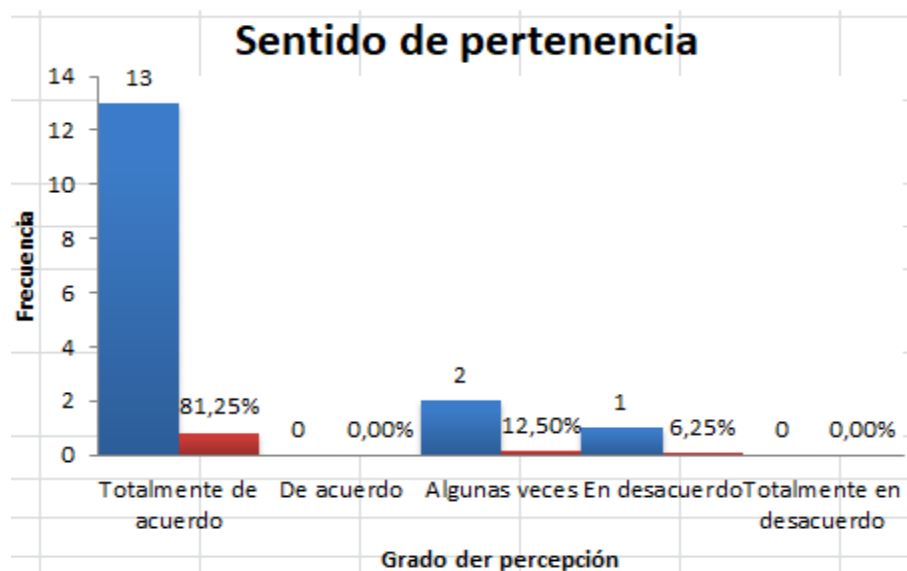


Figura 7. Distribución Porcentual de los funcionarios por sentido de pertenencia
Fuente. Autor del proyecto.

Así como lo indica la gráfica, 13 trabajadores manifiestan que el sentido de pertenencia en la Cámara de Comercio es apreciado con 81,25% de la población evaluada; 2 trabajadores manifiestan que en ocasiones es apreciado con 12,50% y 1 de los funcionarios considera que esta variable no es apreciada.

Se puede identificar que los funcionarios de la Cámara de Comercio de Ocaña están orgullosos de pertenecer a la entidad y existe un gran sentido de pertenencia, la cual le ha brindado la oportunidad de un trabajo estable, donde pueden seguir creciendo profesionalmente y por medio de su labor colaboran al beneficio de la comunidad.

Es así, como el compromiso y las responsabilidades de la entidad son el resultado de las respuestas obtenidas por los 16 funcionarios ya que se siente plenamente feliz de ser parte de la Cámara de Comercio de Ocaña.



Figura 8. Distribución Porcentual de los funcionarios por Organización del trabajo.
Fuente. Autor del proyecto.

Según lo anterior, la organización del trabajo en la Cámara de Comercio está totalmente de acuerdo en relación al grado de información que tiene el trabajador acerca de su puesto de trabajo. De los 16 funcionarios evaluados, 9 trabajadores manifiestan que la organización del trabajo es percibida con 56,25% de la población evaluada; 5 trabajadores manifiestan que en ocasiones es percibida con 31,25% y 2 funcionarios considera que esta variable no es percibida.

Se puede decir que los funcionarios tienen una buena percepción en relación a su puesto de trabajo y que se encuentran a gustos en la entidad, que no estarían de acuerdo o por lo menos por ahora de irse a otra organización.

Una gran parte de los ellos están satisfechos con su trabajo y con su responsabilidades, otros de sus compañeros manifiestan que no lo están, demostrando percepciones opuestas con respecto a las políticas que tiene la institución.

Motivación laboral

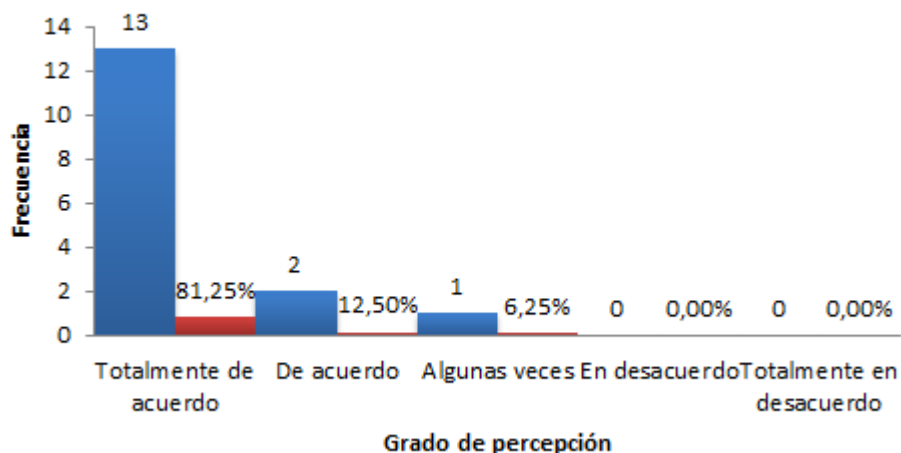


Figura 9. Distribución Porcentual de los funcionarios por motivación laboral.

Fuente. Autor del proyecto.

Según lo anterior, en la Cámara de Comercio de Ocaña se tiene una buena percepción en relación al grado de motivación que tiene el funcionario acerca de su labores, nos muestra la gráfica que se sienten motivados para alcanzar los logros propuestos por la entidad, por el trato digno hacia ellos y el apoyo por parte del jefe para que ellos cuenten con los recursos necesarios para desempeñar en forma óptima su labor dentro de la institución.

De esta manera el 81, 25% de los funcionarios encuestados dicen que si se garantiza una adecuada motivación durante las 8 horas laborales y les permite realizar el trabajo de forma correcta.

En este sentido, el personal de la entidad se siente motivado, aunque se debe trabajar para seguir manteniendo ese grado de motivación.

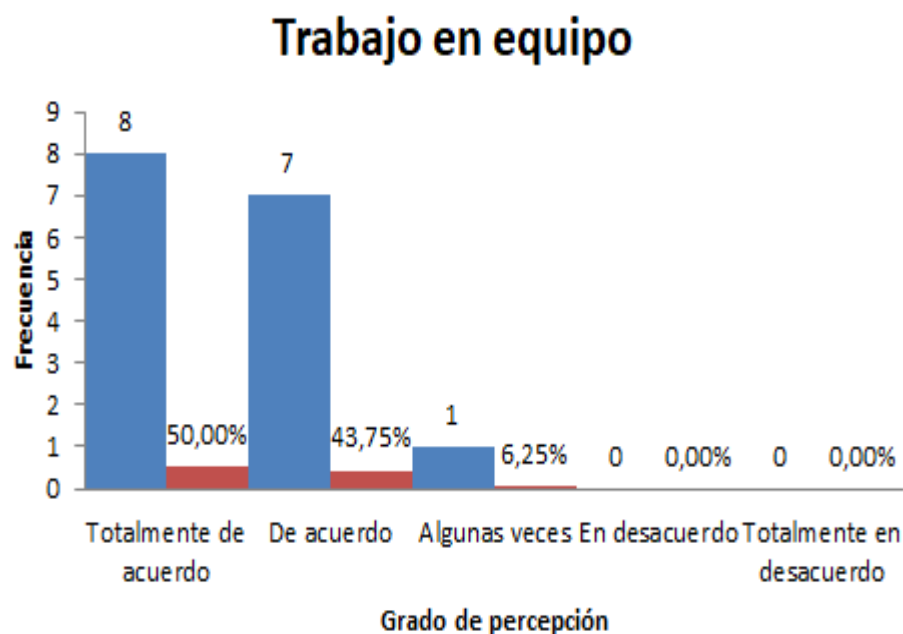


Figura 10. Distribución Porcentual de los funcionarios por Trabajo en Equipo.

Fuente. Autor del proyecto.

Según lo anterior, y lo que los encuestados respondieron en la encuesta realizada es que hiciste un buen trabajo en equipo, se sienten miembros importantes del grupo de trabajo, evidenciándose un trabajo en equipo y una cooperación y colaboración entre el personal para alcanzar los objetivos propuestos en la institución.

De esta forma se puede observar que de los 16 trabajadores evaluados, 8 trabajadores manifiestan que el trabajo en equipo es percibido con 50,00% de la población evaluada; 7 de ellos manifiestan que en están de acuerdo con 43,75% y 1 trabajador considera que en algunas veces es percibida con el 6,25%.

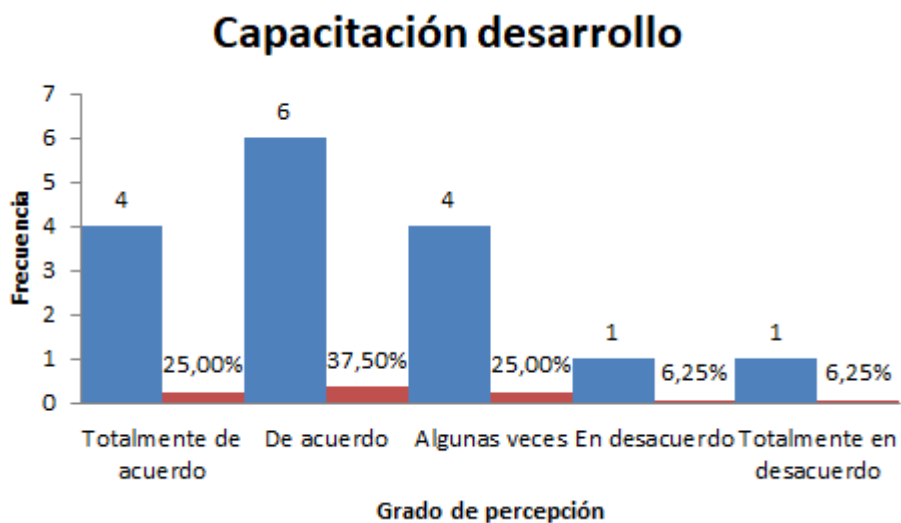


Figura 11. Distribución Porcentual de los funcionarios por Capacitación y Desarrollo.

Fuente. Autor del proyecto

De esto podemos decir que los funcionarios reconocen que en la institución brindan capacitaciones acuerdo a su programas, aunque una poca parte de ellos no están satisfechos con las preparaciones brindadas, otros de sus compañeros manifiestan que en algunas veces si lo están, demostrando percepciones opuestas con respecto a las capacitaciones brindadas para las necesidades de la institución, podemos decir que el 37,50% dice que es percibida.

Aportando su respuesta positiva frente al aprendizaje que se desarrolla en la entidad para el beneficio de sus eventos.

Para ello, se recomienda realizar capacitaciones por área, en la que se solicite reforzar los conocimientos de cada profesional y se establezca que todas las actividades durante los procesos desarrollados se cumplan y se sugiere brindar un poco más de capacitaciones por mes para la mejora del funcionario a la atención al cliente.

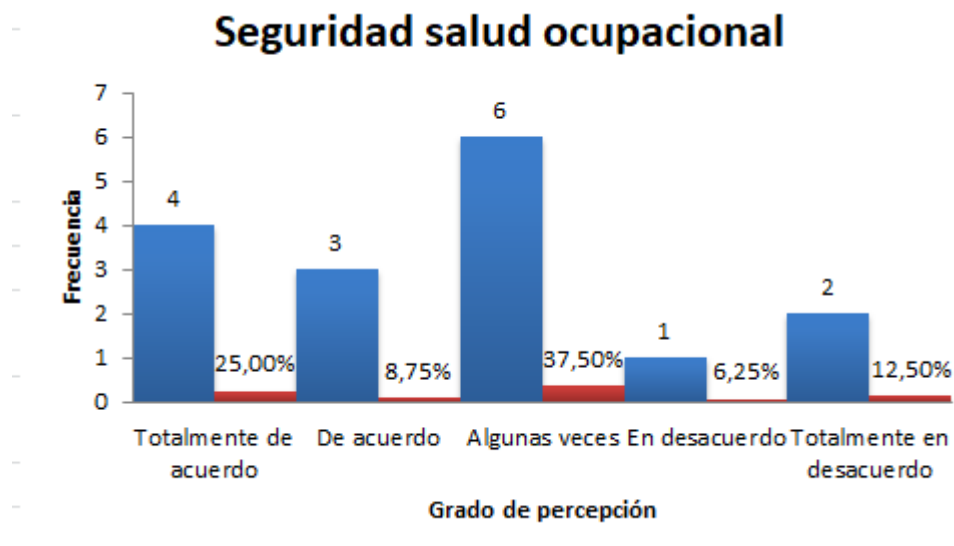


Figura 12. Distribución Porcentual de los funcionarios por Seguridad y Salud Ocupacional.

Fuente. Autor del proyecto

De lo anterior, se puede decir que en la entidad se necesita más información e instrucciones a cerca de la salud y accidentes laborales que pueden ocurrir durante las jornadas de trabajo, los funcionarios perciben que es necesario velar por la salud y bienestar de ellos en el desempeño de su labor, para así llegar a obtener más conocimiento sobre salud ocupacional que es uno de los temas principales y no menos importante en las organizaciones.

Con un 37,50% los funcionarios manifiestan que no se encuentran satisfechos con la información brindada que se maneja sobre la salud en el trabajo. De lo anterior, se puede deducir que hay una preocupación por los aspectos tanto preventivos como correctivos en materia de salud ocupacional, y es necesario velar por la salud y bienestar de los trabajadores en el desempeño de su labor; brindar mayor dedicación al área del Sistema de Gestión Seguridad y el Trabajo (SG-SST).

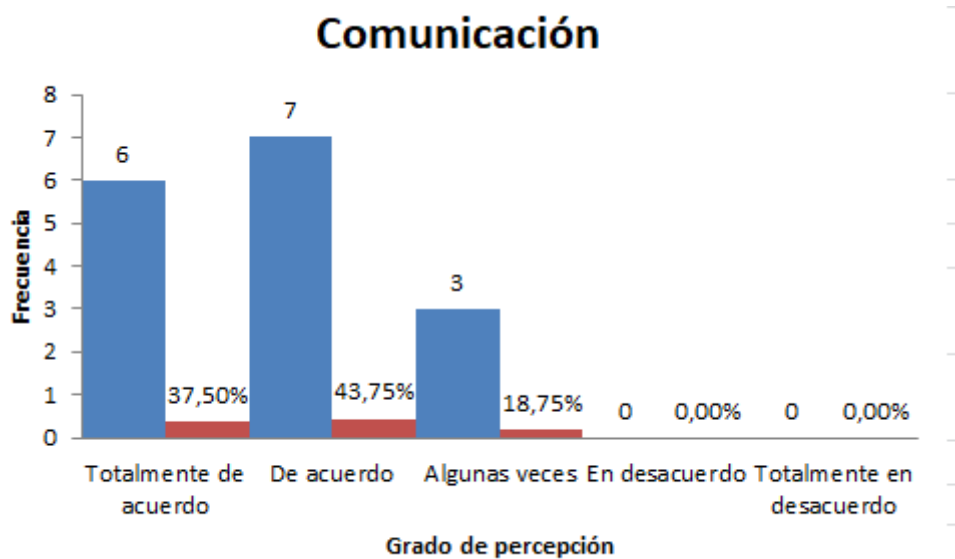


Figura 13. Distribución Porcentual de los trabajadores por Comunicación.

Fuente. Autor del proyecto

En este sentido, existe una buena comunicación a través de las diferentes reuniones que se realizan para informar sobre asuntos laborales y decisiones de Presidencia Ejecutiva. De lo anterior se puede decir, que faltan implementaciones de estrategias comunicativas para obtener óptimos resultados en la comunicación interna ya que es fundamental para el beneficio y progreso de cualquier organización.

De los 16 trabajadores evaluados, 6 trabajadores manifiestan que la comunicación es percibida con 37,50% de la población evaluada; 3 trabajadores manifiestan que en ocasiones no es percibida con 18,75%.

Se recomienda mantener estos canales de comunicación abiertos por parte de los directivos y operativos en pro de seguir avanzando en las metas propuestas en la entidad.



Figura 14. Distribución Porcentual de los trabajadores por Relaciones Interpersonales.
Fuente. Autor del proyecto

De los 16 trabajadores evaluados, 43,75% de los funcionarios manifiestan que las relaciones interpersonales son percibidas y que están de acuerdo y con el 56,25 % de la población evaluada; 9 funcionarios manifiestan que en algunas veces no es percibida.

De lo anterior podemos deducir que una gran parte de los funcionarios manifiestan que se hacen pocas actividades recreativas y culturales para el desarrollo y una buena comunicación, la gráfica arroja que hace falta un compromiso por parte de la entidad para lograr mejores resultados en las relaciones interpersonales, donde puedan disfrutar y olvidarse del estrés laboral que pueda ocasionarse.

No se maneja un ambiente favorable para la convivencia y de un buen ambiente laboral depende la sana convivencia, el respeto, el trabajo equipo, y esto se logra, creando lazos fuertes de un compañerismo y una comunicación estable en toda ocasión, dentro y fuera de la entidad.

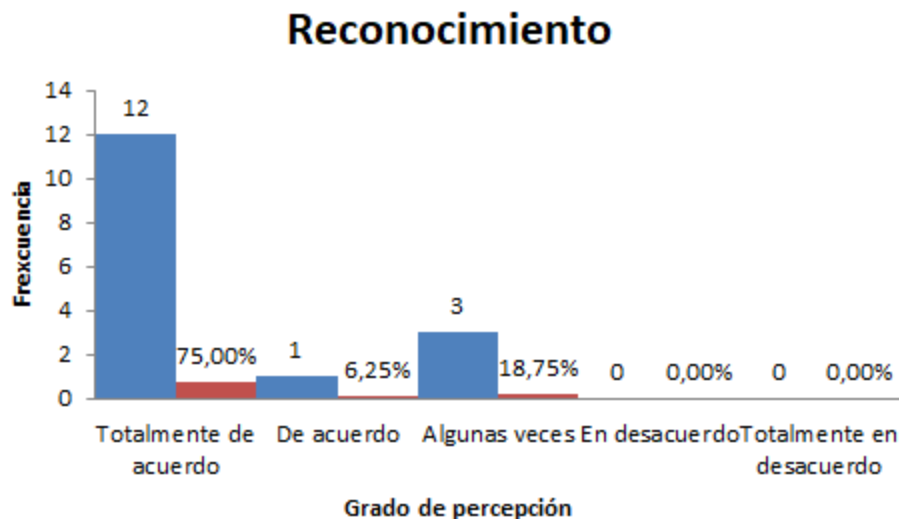


Figura 15. Distribución Porcentual de los trabajadores por Reconocimiento.

Fuente. Autor del proyecto

Se argumenta que los funcionarios de la Cámara de Comercio de Ocaña gozan de una sana convivencia por el jefe por el trato brindados que se transmite; ya que, brindan un ambiente de respeto y dignidad para trabajar en las áreas, existe un buen uso de los valores y eso ayuda a manejar cualquiera de las dificultades propuestas; para concluir se puede decir que los funcionarios de ente Cameral, si están de acuerdo con el trato brindado hacia ellos.

Es necesario examinar las razones del porque tres de esos 16 funcionarios no están de acuerdo con el trato recibido por parte de la entidad y a que se debe sus respuestas a esta pregunta que es fundamental para un trato humano al interior de la entidad.

Por lo anterior se deduce que los trabajadores perciben que existe una exaltación a los logros alcanzados en su trabajo para el beneficio de la organización, pero que se da algunas veces, y esto puede ser causante de desmotivación en la ejecución en las tareas de su labor.

Actividad 5. Realizar un análisis de la evaluación del clima organizacional en la Cámara de Comercio de Ocaña.

De acuerdo a los resultados obtenidos luego de haber aplicado el Cuestionario para evaluar el Clima Organizacional de la Cámara de Comercio, se puede concluir que la institución tiene un Clima Organizacional favorable, según las consultas realizadas a 16 de los 23 funcionarios, pero al realizar la observación que se presentó al comienzo de este proyecto se verifica que la entidad presentan silencio organizacional, debido al miedo de perder su empleo o tener enemigos al interior de la institución, dejando evidenciar en las actitudes y comportamientos que presentan día a día en las horas laborales, aclarando que no todos presentan dificultades pero si una gran mayoría. Las preguntas que se ejecutaron para conocer el nivel de clima organizacional que se vive en la entidad, las definimos de la siguiente manera. Sentido de pertenencia, Organización del trabajo, motivación, liderazgo y comunicación, relaciones interpersonales, trabajo en equipo, capacitación y desarrollo.

Las variables que obtuvieron mayor resultado son. Sentido de pertenencia, Organización del trabajo, comunicación, relaciones interpersonales, trabajo en equipo, capacitación y desarrollo. En contraste, hay 3 variables que se encuentran con dificultades o que no son percibidas en el ente estas son. La motivación laboral, relaciones interpersonales y la salud ocupacional.

En este sentido, se plantea que dentro de la organización para obtener un el ambiente

favorable y acorde para los trabajadores, es que se cumplan sus funciones para que logren tener un buen desempeño en el cumplimiento de sus labores, se logra observar que hay dificultades por parte de la dirección de la Cámara de Comercio y se analiza que falta un mayor compromiso por la variables que las respuestas fueron negativas y que no son menos importantes para llegar alcanzar un clima organizacional excelente.

Para finalizar, lo que nos arroja las encuestas aplicadas es que existe un clima organizacional que es satisfactorio pero es necesario que se mantengan las condiciones de trabajo existentes y fortalecer aquellas en las cuales haya falencias con el fin de optimizar el funcionamiento general de la institución.

Objetivo 2. Diseñar una estrategia comunicativa encaminada hacia el mejoramiento del clima organizacional en los funcionarios de la Cámara de Comercio de Ocaña.

Para el diseño de este objetivo se realizará una estrategia comunicativa donde se efectuarán unas actividades que ayudarán al beneficio del clima organizacional y el trabajo en equipo que se vive actualmente en el ente cameral, estas son algunas de las formadas con el compromiso para apoyar y corregir la situación sobre el ambiente, el clima la cultura y las relaciones interpersonales.

Promover un escenario de participación que favorezca a la entidad y a sus colaboradores para que sus tareas se han manejadas de una forma comprometida, que trabajen en conjunto con las responsabilidades puestas por su jefe y que estas se han manejadas colectivamente por un

equipo laboral; logrando además el bienestar de sus funcionarios y la motivación de cada uno de ellos y su rendimiento laboral.

Como parte de este proyecto se dejaron expuestas en la siguiente tabla las actividades que se realizaron con el compromiso de mejorar el clima organizacional.

Estrategia de comunicación para mejorar el clima organizacional			
Objetivo: Mejorar y fortalecer el clima organizacional de la Cámara de Comercio de Ocaña			
Público: Interno			
Medios tradicionales	Medios impresos	Medios Digitales y tecnológicos	Comunicación directa
Descripción.	Descripción.	Descripción.	Descripción.
Este medio fue utilizado para ayudar a fortalecer aún mas los atributos de la imagen corporativa que la entidad viene trabajando, y así aportar estrategias internas, sin modificar el trabajo que viene realizando e jefe de prensa y comunicaciones.	Este medio fue usado para mantener informados a los funcionarios de los eventos institucionales, de las fechas especiales por cumpleaños, profesión, también para motivarlos con mensajes impresos y lograr una mejor interacción con la cartelera.	Este medio es fundamental en el ambiente empresarial para el beneficio de cualquier institución, este medio se trabajo con el fin de apoyar a la labor del jefe de prensa y comunicaciones y complementar con algunas herramientas.	la comunicación directa es el modo de comunicación humana, en este caso se utilizó esta, para lograr el objetivo primordial de esta estrategia, trabajar más en la unión, acercamiento y las relaciones interpersonales para el buen desarrollo del clima organizacional.
Actividades realizadas	Actividades realizadas	Actividades realizadas	Actividades realizadas
Se desarrollo un video institucional con el objetivos que los funcionarios participaran del trabajo en equipo y lograr fortalecer las relaciones interpersonales.	Se utilizó, carteleras físicas y digitales para llegar al publico interno y externo y así lograr compartir información importante y mejorar las comunicaciones.	Se diseñaron artes como: trabajo en equipo, pausas activas y como cuidar la salud en el entorno laboral, estos se enviaba po medio del correo institucional y a la red social WhatsApp.	Se realizaron: Dinámicas de trabajo en equipo. Reuniones sociales. Capacitaciones y charlas de comunicación y salud ocupacional.

Figura 16. Actividades de la estrategia de comunicación.
Fuente. Autor del proyecto

Actividad 1. Realización de un guion para un video clip de trabajo en equipo de la entidad.

Para el desarrollo de este vídeo institucional, fue muy importante tener un acercamiento con cada funcionario y con cada área y entender desde la experiencia de los coordinadores la estructura

y organización de cada uno de ellos.

Adicionalmente, se presentó al presidente ejecutivo el guion técnico para poder realizar el vídeo y por último se acudió al jefe de prensa y comunicaciones experto en el área, para su

Tabla 3

Presenta el guion socializado con el departamento de comunicaciones de la entidad.

GUION TÉCNICO		
Empresa. Cámara de Comercio de Ocaña		
Participantes	Texto	Tiempo
Presidente ejecutivo (Rubén Álvarez)	Habla sobre la historia de la Cámara de Comercio	40 seg
Coordinadora de Registros públicos (Alba Susana Ojeda)	Amor por la entidad y su compromiso con ella.	25 seg
VOZ EN OFF (Julián Parra)	TRABAJAR EN LA CÁMARA DE COMERCIO ES	3 seg
Auxiliar Contable (Yaneth Durán)	Orgullo	3 seg
Jefe de Control Interno (Irina Urón)	felicidad	3 seg
Servicio generales (Alcira Villegas)	Compañerismo	3 seg
VOZ EN OFF (Julián Parra)	LAS PERSONAS EN LA CÁMARA DE COMERCIO SOMOS.	3seg
Auxiliar de Registros Públicos (Lina Judith)	Trabajadores	3 seg
Auxiliar de Registros Públicos (Juan Camilo Meza)	Responsables	3 seg
Auxiliar de Registros Públicos (Leída Sánchez)	Muy dedicados	3 seg
Contador (Yurany León)	Respetuoso y muy comprometidos	3 seg
Coord. de Programas Institucionales (Leónidas Bayona)	Compromiso de la entidad por el bienestar de la salud de los empleados.	3 seg

VOZ EN OFF (Julián parra)	EN NUESTRA ENTIDAD ES MUY IMPORTANTE APUNTARLE AL FORTALECIMIENTO DE LA REGIÓN POR ESO NUESTRAS DEPENDENCIAS ENFOCAN SUS ESFUERZOS EN LOGRAR QUE LA COMUNIDAD DE OCAÑA Y LA PROVINCIA PUEDAN APROVECHAR LAS BONDADES DE PERTENCER A NUESTRO ENTE CAMERAL	10 seg
Coordinadora de Archivos(Leigdy Bacca)	Frase de trabajo en equipo (aparecen las dos)	3 seg
Auxiliar Documental (Marilyn Carrascal)	Frase de trabajo en equipo (aparecen las dos)	3 seg
Directora Jurídica (Melissa Ávila)	Desde el área de registros públicos como se trabaja para el bienestar de usuario y la atención prestada por la entidad, para el mejoramiento de la institución.	30 seg
Director Promoción y Desarrollo (Yamit Molina)	A nivel tecnológico que aportes hace la Cámara de Comercio de Ocaña.	30 seg
Director de Sistemas (David Sánchez)	Que se genera desde la oficina de sistema para la Cámara de Comercio	30 seg
Jefe de Prensa y comunicaciones (Julián Parra)	Que genera tener oficina de comunicaciones para la cámara de Comercio	30 seg
	Total	5.33 minutos

Fuente. Autor del proyecto.

Actividad 2. Solicitar a comunicaciones la producción del video. El área de Comunicaciones de la Cámara de Comercio de Ocaña, es el encargado de validar y aprobar todas las iniciativas relacionadas a medios, alternativas, o procesos de comunicación en la entidad.

Para realizar la solicitud de producción del vídeo, fue muy importante convocar una reunión entre el presidente ejecutivo y el jefe de comunicaciones; es decir, Formación y

Comunicaciones, con el objetivo de socializar la propuesta y obtener una respuesta de aprobación por parte de Presidencia Ejecutiva.

Los resultados de la actividad fueron muy positivos; luego de la socialización, el presidente ejecutivo y el jefe de comunicaciones aplaudió la iniciativa, resaltando y calificando el trabajo como excelente; una vez avalada la propuesta, se procedió a realizar la producción del vídeo con el acompañamiento del director de sistemas y el Jefe de comunicaciones.

El video se encuentra adjunto a este proyecto de pasantía; a continuación, se presentan algunos screenshot (captura de pantalla) de su reproducción.

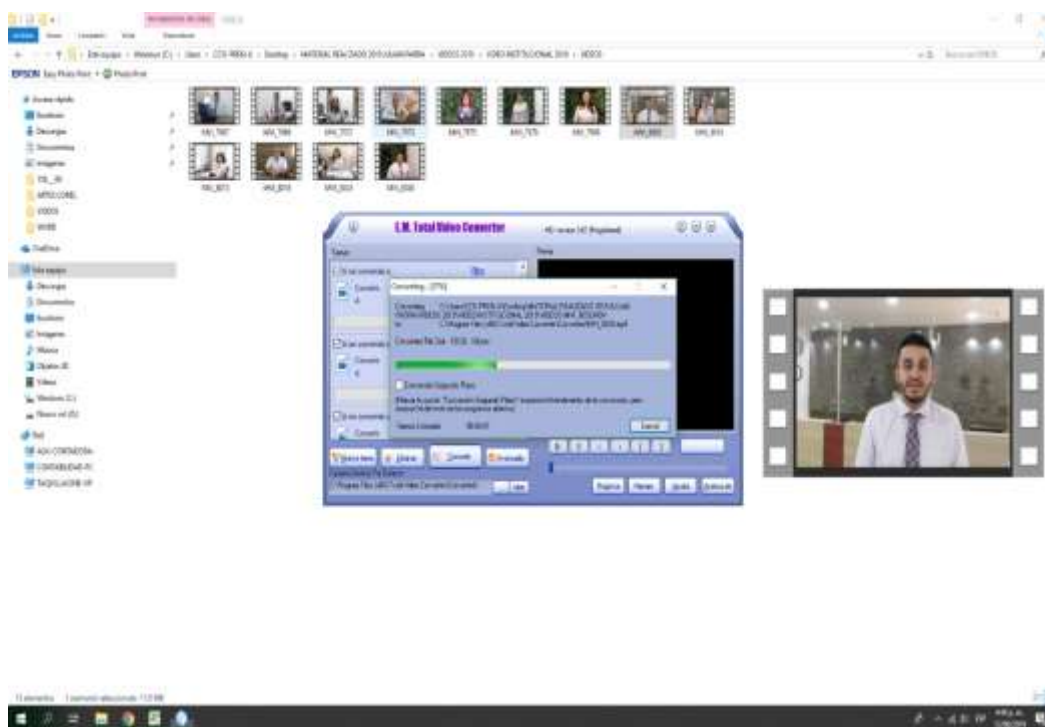


Figura 17. Escenas del video institucional.

Fuente. Autor del proyecto.



Figura 18. Video de institucional realizado para mejorar el trabajo en equipo de los funcionarios de la Cámara de Comercio de Ocaña.

Fuente. Autor del proyecto.



Figura 19. Grabación de las escenas del video de institucional de la Cámara de Comercio de Ocaña.

Fuente. Autor del proyecto.



Figura 20. Momento en que se realizan las escenas del video institucional.

Fuente. Autor del proyecto.



Figura 21. Tras de cámara de las escenas del video institucional.

Fuente. Autor del proyecto.

Actividad 3. A través de las carteleras físicas mantener informados a los empleados de los eventos institucionales. Como parte del desarrollo de este proyecto, se fue publicando poco a

poco en las carteleras físicas y digitales de la empresa información de capacitaciones, charlas y demás que se iban ejecutando alrededor de la ciudad, esto siempre y cuando hubiese un espacio disponible en el mural de las carteleras.

Para hacer cumplimiento de esta actividad se propuso ante el presidente ejecutivo y jefe de comunicaciones, para que dieran la autorización de modificar la cartelera física, puesto que la que había era donada hace años por “Comfanorte”.

Esta estrategia se utilizó, debido a la falta de carteleras en la entidad, y para una mejor comunicación hacia los funcionarios y sus usuarios.



Figura 22. Cartelera antigua de la entidad de la Cámara de Comercio.
Fuente. Autor del proyecto.



Figura 23. Mural de Cartelera Física, expuesta en el área de registros públicos.
Fuente. Autor del proyecto.

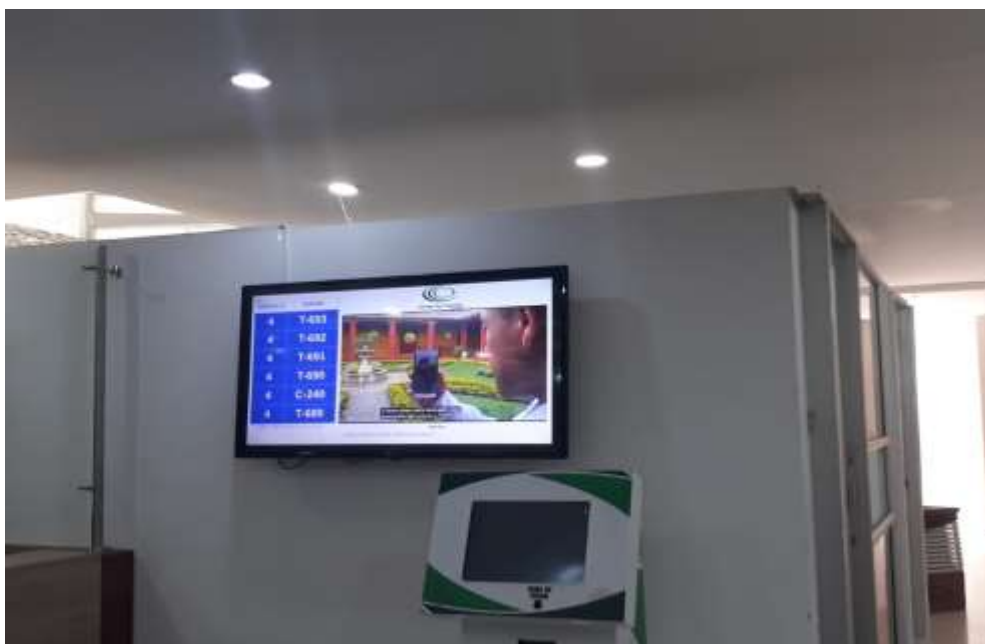


Figura 24. Comunica. Medio de difusión digital interno.
Fuente. Autor del proyecto.



Figura 25. Comunica, Medio de difusión digital interno.

Fuente. Autor del proyecto.

Actividad 4. Diseñar campañas de sensibilización en clima organizacional (fechas especiales, por profesión, de cumpleaños entre otros). La difusión de las campañas internas sobre la mejora del clima organizacional, debe ser parte fundamental de las estrategias de comunicación en la entidad, es muy importante que todos los funcionarios estén en disposición de colaborar para sus beneficios; estas, debe ser conocidas por toda la organización como una gran oportunidad de crecimiento que se obtiene gracias al esfuerzo y dedicación laboral.

Con el objetivo de integrar a los funcionarios de la entidad de la Cámara de Comercio de Ocaña se realizaron; una charla y una capacitación sobre la comunicación interna y el estrés laboral, esto hace parte del proceso de desarrollo humano y para una buena comunicación interna y externa.

Dentro de estas actividades se realizó un apoyo logístico y organizacional al jefe de comunicaciones, en los cuales se brindó ayuda con el lugar donde se llevaría a cabo estas actividades y con las invitaciones dirigidas a los 23 funcionarios con los que cuenta la entidad, además estuvimos atentos al profesional que dirigió charla y comprometidos con el buen y adecuado comportamiento durante las horas elegidas para la realización de estas.

Estos espacios, contaron con la participación del presidente ejecutivo y los funcionarios de la entidad, quienes brindaron su disposición para lograr la motivación de los agentes invitados. Adicionalmente, se llevaron a cabo diversas actividades.



Figura 26. Charlas de sensibilización ejecutadas en la entidad.
Fuente. Autor del proyecto.



Figura 27. Charlas de sensibilización ejecutadas en la entidad.
Fuente. Autor del proyecto.



Figura 28. Charlas de sensibilización ejecutadas en la entidad.
Fuente. Autor del proyecto.



Figura 29. Charlas de sensibilización ejecutadas en la entidad.
Fuente. Autor del proyecto.



Figura 30. Celebración de cumpleaños al presidente ejecutivo.
Fuente. Autor del proyecto.

Actividad 5. Organizar jornadas de capacitación de trabajo en equipo

Dentro de esta actividad participaron algunos funcionarios que se motivaron en pequeños grupos al interior de la entidad, por medio de las charlas y dinámicas, a los cuales se les brindó un espacio para que hicieran su respectiva retroalimentación, ya fuese positiva o negativa según su apreciación.

Durante las actividades la pasante Alejandra realizó dinámicas en grupo y desarrollo unas preguntas a los funcionarios participantes y por último organizó el lugar, ellos se mostraron interesados y motivados para iniciar un cambio laboral y de compañerismo de su proceso de desarrollo. A continuación, se presentan algunas evidencias tomadas en cada una de las actividades.



Figura 31. Capacitaciones de trabajo en equipo.

Fuente. Autor del proyecto.



Figura 32. Dinámicas al interior de las oficinas sobre trabajo en equipo.
Fuente. Autor del proyecto.

Objetivo 3. Implementar la estrategia de comunicación interna diseñada para mejorar el clima organizacional de la entidad de la Cámara de Comercio de Ocaña.

Actividad 1. Socializar la estrategia de comunicación interna

Como parte de este proyecto y teniendo en cuenta las sugerencias dadas por los empleados, una de las estrategias principales fue el respectivo plan de cercanía con todas las áreas de la entidad.

En esta charla de socialización, primero se les interiorizó la importancia que ellos participarán en el cuidado de su tiempo laboral y se les explico lo relacionado con el clima organizacional que era la base primordial para arrancar con el proyecto, luego se les explicó en qué consistía las actividades a realizar y porque fue el motivo de estas, no solo para cumplir con las propuesto en el plan de trabajo, sino como parte de la responsabilidad humana de la empresa.

Al terminar con la socialización se les recordó que no solo se trabaja con una buena comunicación si no igualmente estar dispuesto aprender de sus compañeros, a mantener una buena convivencia, ambiente, cultura y comunicación organizacional, se escucharon sus comentarios y

reflexiones sobre el tema expuesto en la actividad.

Para concluir con la actividad fue necesario contar con la intervención de los funcionarios que pudieran estar ese día y participaran en esta reunión, y se motivaran a seguir siendo parte de reuniones de convivencias laborales.



Figura 33. Grupo de trabajo de la cámara de comercio de Ocaña.
Fuente. Autor del proyecto.

Actividad 2. Proyectar el video de trabajo en equipo al presidente ejecutivo y a los funcionarios de la entidad.

Lograr un trabajo en equipo y una buena comunicación entre los trabajadores es fundamental en cualquier organización, para la Cámara de comercio de Ocaña no es la excepción, es primordial que los funcionarios se encuentren motivados por medio de capacitaciones, charlas y actividades e integraciones sociales donde ellos puedan fortalecer la comunicación y la relaciones laborales para que por medio de ellos se mejore la imagen de la entidad.

Como parte de la estrategia de comunicación, se solicitó al departamento de Comunicaciones la transmisión del video realizado en compañía de los empleados de la entidad, por los medios digitales con lo que cuenta la Cámara de Comercio.

Para el desarrollo de esta actividad se estableció una reunión con el jefe de comunicaciones interna, a quien se escaló la solicitud para adjuntar a la página de la entidad.

Este video fue reproducido a los funcionarios de la entidad, en cada uno de sus áreas donde pudieron realizar sus observaciones y comentarios sobre el trabajo realizado.



Figura 34. Desarrollo del video institucional.

Fuente. Autor del proyecto.



Figura 35. Proyección del video.
Fuente. Autor del proyecto.

Actividad 3. Establecer jornadas de integración con los funcionarios de la Cámara de Comercio de Ocaña.

Para la ejecución de las jornadas de integración sucedieron unos inconvenientes debido a los horarios y al trabajo que atraía consigo la Cámara de Comercio de Ocaña, en los meses de marzo y abril el ente realizaba proyectos propios de su cumplimiento, por tal motivo fue casi imposible realizar todas las establecidas para el plan de trabajo.

Estas actividades de recreación se colaboró con la organización y el acompañamiento al jefe de comunicaciones, recogiendo el dinero aportado por los empleados, eligiendo el lugar en compañía del presidente ejecutivo el doctor Rubén Darío Álvarez y organizando los premios a rifar por parte de presidencia ejecutiva, así se terminó realizando estas dos actividades logrando el compromiso, el trabajo en equipo y las relaciones interpersonales entre los funcionarios.

Como parte principal del mejoramiento del clima organizacional estas integraciones fueron indispensables, como desarrollo de esta actividad, se logró realizar dos en las cuales participaron algunos funcionarios y el presidente ejecutivo, estas se realizaron para dos ocasiones especiales, la primera se realizó el ocho de marzo (día de la mujer), y en la segunda el primero de mayo (día

del trabajo). Como resultado final se logró el interés de los funcionarios y la participación del presidente ejecutivo por el bienestar de ellos.



Figura 36. Celebración del día de la mujer.
Fuente. Autor del proyecto.



Figura 37. Celebración del día de la mujer.
Fuente. Autor del proyecto.



Figura 38. Actividad de recreación con participación de los funcionarios de la entidad.
Fuente. Autor del proyecto.

Actividades 4. Presentar los objetivos de la estrategia interna. Al finalizar la estrategia y dar cumplimiento a todas las actividades propuestas durante el trabajo de pasantía, se convocó a una reunión con el presidente ejecutivo y el jefe de comunicaciones.

Esta reunión fue agenda da personalmente con el presidente ejecutivo y llevada a cabo en las oficinas de registros de la entidad. Allí, se tocaron todos los puntos desarrollados durante las 16 semanas de ejecución y las conclusiones y recomendaciones a tener en cuenta para seguir fortaleciendo la comunicación en la entidad de la Cámara de comercio de Ocaña.



Figura 39. Socializar los objetivos de la estrategia.
Fuente. Autor del proyecto.

Actividad 5. Atender a las sugerencias para el mejoramiento de la implementación de la estrategia.

Para esta actividad se tuvo en cuenta las observaciones brindadas por el presidente ejecutivo y el jefe de comunicaciones, que fueron los jefes inmediatos con los que se contó para la realización del proyecto titulado “DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA

DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA FORTALECER EL CLIMA ORGANIZACIONAL EN LOS EMPLEADOS DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE OCAÑA”.

Organización a la hora de la participación de dinámicas por grupos al interior de la Cámara de Comercio.

Cabe resaltar que, debido al tiempo estipulado para las pasantías y el trabajo que se realiza por los primeros meses del año en la entidad, no se lograron algunas actividades propuestas, el compromiso de los funcionarios no es tan constante, hizo que fuera un poco más complicado la realización de todas estas mencionadas en el proyecto. Gracias al esfuerzo del jefe de comunicaciones y su acompañamiento se culminó con éxito lo propuesto y se logró un esfuerzo, dedicación y trabajo en equipo de la mayoría de los funcionarios.

El presidente ejecutivo y el jefe de prensa y comunicaciones hicieron un aporte positivo y un agradecimiento al presente proyecto y se refieren al esfuerzo y trabajo en equipo de la pasante Alejandra Bautista Durán y sus méritos para poder trabajar en un ambiente favorable de la entidad.

Teniendo en cuenta todo este contenido, se logrará seguir conservando una estrecha relación con los funcionarios para seguir mejorando las comunicaciones internas, el trabajo en equipo y las relaciones interpersonales dentro de la entidad.

Capítulo 4. Diagnóstico final

Durante el primer semestre del año 2019, en algunas de las áreas de la entidad de la Cámara de Comercio presentó avances significativos en sus procesos, gracias a la implementación de la estrategia de comunicación presentada.

Se ha logrado fortalecer el clima organizacional y el trabajo en equipo han entendido que es importante para el beneficio de todos, obteniendo favorablemente más aceptación de las actividades que se realizaron por parte de los funcionarios y un ambiente favorable.

Anteriormente, no se había presentado ninguna iniciativa para lograr un mejor proceso de comunicación ni de trabajo en equipo; fue por esto, que, como parte de la estrategia de comunicación, se diseñaron y ejecutaron actividades, capacitaciones y charlas que permitiera al equipo a entender lo importante que es la comunicación organizacional al interior de la entidad.

Al finalizar el cronograma de actividades propuestas en el plan de trabajo y culminando el proceso de diseño de la estrategia de comunicación interna en la entidad, se logró disminuir un poco la desinformación que se venía presentando a cerca del clima organizacional en las organizaciones; así mismo, se consiguió darle a conocer al presidente ejecutivo y a sus funcionarios, la importancia de la implementación de las actividades recreativas, las capacitaciones, las reuniones entre funcionarios y el trabajo en equipo para el bienestar laboral y social entre ellos. Por otra parte, se ha logrado sensibilizar sobre el gran valor que tiene el Sistema de Seguridad Salud en el Trabajo al interior de la entidad, ya que se realizaron

actividades de salud y comodidad en sus horas laborales para ser responsable a la hora de trabajar; todo esto, teniendo como base los resultados de las estrategias implementadas.

Así mismo, se ha logrado mostrar a los funcionarios y al presidente ejecutivo de la entidad de la Cámara de Comercio, que sí es favorable realizar charlas y mensajes motivadores, actividades recreativas para el clima organizacional y la sana convivencia. El trabajo en equipo es fundamental y para entidad la Cámara de Comercio es su objetivo, con este proyecto se mejoró la participación de varios de los funcionarios del ente cameral se logró para el beneficio de todos realizar unas introducciones acerca de qué es y cómo se implementa habitualmente el trabajo en equipo.

Finalmente, se puede decir que la estrategia de comunicación implementada permitió al presidente ejecutivo el doctor Rubén Darío Álvarez y al jefe de comunicaciones Julián Parra la importancia de estos planes de trabajo con frecuencia en la entidad para fortalecer sus procesos de comunicación, para así mantener un escenario atractivo e interactivo para los funcionarios.

Capítulo 5. Conclusiones

La estrategia desarrollada en la Cámara de Comercio de Ocaña, permitió identificar a través de un diagnóstico inicial, el estado de la comunicación organizacional desde el área de comunicaciones del ente. Esto, llevó a todo el equipo a plantearse objetivos claros sobre la afectación que esto trae para la entidad en la comunicación externa.

Se realizó un diagnóstico sobre el estado de las comunicaciones internas de la organización, y a través de este se logró observar un ambiente regular, para confirmar esto se escogieron de una manera aleatoria a los empleados, para conocer su punto de vista sobre la comunicación, el ambiente y el trato brindado en la entidad, esto se desarrolló con el fin de conocer un poco más sobre los medios de comunicación y las herramientas comunicativas de la Cámara de Comercio de Ocaña.

Con el objetivo de conocer la percepción de los funcionarios a cerca del Clima Organizacional, se logró diseñar una estrategia comunicativa encaminada hacia el mejoramiento del clima laboral, con el fin de identificar los procesos que realiza la entidad de la Cámara de Comercio de Ocaña. Para esta estrategia se planificaron y se organizaron unas jornadas de actividades en el transcurso del proyecto; así mismo, se permitió analizar las necesidades de los empleados y de la entidad en cuanto al tema de comunicación, se elaboraron las piezas claves que serían publicadas internamente, para generar sensibilización a los funcionarios en cuestión de trabajo en equipo y ambiente laboral, como parte de la determinación de acciones para el desarrollo de la estrategia.

Por último, se consiguió implementar la estrategia de comunicación llegando a los empleados de los diferentes departamentos por medio de las jornadas de actividades y capacitaciones sobre comunicación y trabajo en equipo, también a través de distintos medios tales como. Cartelera física, digitales, redes sociales y demás herramientas de difusión, como también por medio de espacios de conocimiento.

Del mismo modo, otro de los grandes logros obtenidos a lo largo de este proceso, es que la entidad se ha interesado más en mantener informados a sus empleados sobre el área de SG-SST y de todo lo relacionado con las campañas y procesos de información que se llevan a cabo dentro y fuera de la entidad. Todo lo anterior, gracias al acompañamiento constante del equipo de trabajo al querer participar del mejoramiento continuo, e implementar nuevos mecanismos de comunicación que faciliten y garanticen la realización de progreso para el desarrollo.

Finalmente, vale resaltar la gestión del profesional de comunicaciones, quien permitió la ejecución de todas las actividades que estaban contempladas dentro de la estrategia.

Capítulo 6. Recomendaciones

Teniendo en cuenta las pocas actividades que se lograron realizar y la aceptación evidenciada por parte de los empleados es recomendable seguir haciendo las campañas de sensibilización, las publicaciones en las carteleras y demás medios internos, las visitas de profesionales en temas relacionados con motivación empresarial y las actividades realizadas dentro de esta estrategia, hasta llegar a gran cantidad de empleados.

Por otro lado, se recomienda mayor acompañamiento por parte del presidente ejecutivo 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, generando un respaldo para el equipo de comunicaciones; así mismo, refleja el compromiso del este departamento, inspirando en los empleados la importancia de participación y compromiso hacia ellos.

Finalmente, se recomiendan realizar actividades recreativas para mejorar las relaciones interpersonales y la comunicación entre sus funcionarios para el beneficio de ellos y así mismo, realizar capacitaciones a cerca de la salud ocupacional para el cuidado y el bienestar de cada funcionario, así se logrará una mejor responsabilidad con su salud.

Referencias

Constitucion Politica de Colombia. (1991).

<http://pdba.georgetown.edu/Constitutions/Colombia/colombia91.pdf>.

Ley 1474. (2011). *Ley 1474 de 2011, por la cual se dictan normas orientadas a fortalecer los mecanismos de prevención, investigación y sanción de actos de corrupción y la efectividad del control de la gestión pública. Bogota, Colombia. 12 julio*. Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=43292>

Cámara de Comercio Ocaña. (2018). Obtenido de <http://camaraocana.com/>

Cámara de Comercio Ocaña. (2018). Obtenido de <http://camaraocana.com/>

Cámara de Comercio Ocaña. (2018). *camaraocana.com*. Obtenido de <http://camaraocana.com/>

Camrbell, J. (1970). *Managerial Behavior, Performance and Effectiveness*. New York: McGraw Hill.

Chiavenato. (2007). *Administración de Recursos Humanos*. México: Edit. McGraw Hill,.

Chiavenato. (2009). *Administración de los Recursos Humanos*. México: Mc Graw Hill.

Lewin, K. (1936). *Principals of Topological Psychology*. New York: MacGraw Hil.

Ley 1507. (2012). *Por la cual se establece la distribución de competencias entre las entidades del Estado en materia de televisión y se dictan otras disposiciones. Bogota, Colombia. 10 enero de 2012*. Obtenido de

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=45327>

Ley 1581 . (2012). *Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales. Bogota, Colombia. 17 octubre de 2012*. Obtenido de

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=49981>

Mefalopulos, P., & Kamlongera, C. (2008). *Manual sobre el Diseño Participativo para una Estrategia de Comunicación*. Obtenido de <http://www.fao.org/3/y5794s/y5794s.pdf>

Reichers, A. E., & Schneider, B. (1990). *Climate and culture: An evolution of constructs*. In B. Schneirder (Ed.), *Organizational Climate and Culture*,. San Francisco: Jossey – Bass.

Sánchez, J. C. (2015). *Estrategia y comunicación hacia un mundo multidimensional*. Obtenido de <https://www.aacademica.org/juancarlos.sanchez/3.pdf>

Schein, E. (1988). *La cultura empresarial y el liderazgo. Una visión dinámica*. Plaza & Janes Editores.

Apéndices

Apéndice A. . Entrevista a coordinadores de área de los departamentos de la Cámara de Comercio de Ocaña.

Entrevistas a coordinadores del área de los departamentos de la cámara de comercio de Ocaña

Objetivo: conocer desde la experiencia de los coordinadores de cada departamento, el estado actual del clima organizacional y el trabajo en equipo.

Fecha 22/11/18
Nombre del entrevistado: David Sánchez
Cargo: Director de sistemas

PREGUNTAS


¿Cómo definiría el clima organizacional en la entidad de la Cámara de Comercio?

¿Son buenas las relaciones con sus compañeros de trabajo? ¿Por qué?

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

¿Porque es importante implementar nuevos proyectos comunicativos en la entidad de la Cámara de Comercio de Ocaña?

¿Se ha realizado alguna vez una estrategia de comunicación interna en la cámara de comercio? ¿Por qué?

Firma: 
David Sánchez
Director de sistemas
Ocaña, Colombia
david.sistemas@camaraocana.com

1. ¿Cómo definiría el clima organizacional en la entidad de la Cámara de Comercio?

El clima organizacional de la cámara de comercio, saludable y agradable, donde se presentan dificultades propias de una entidad laboral, con diferentes personalidades no se han presentado ninguna situación difícil de atender, sobre todo aquellas normales del desarrollo propio.

2. ¿Son buenas las relaciones con sus compañeros de trabajo? ¿Por qué?

Las relaciones laborales con los compañeros de trabajo son aceptables de tolerancia y de respeto.

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

Se suele realizar cuando la situación lo permite, en algunas oportunidades se han realizado

paseos y se han compartido momentos ajenos de los que se comparten dentro del ámbito laboral.

4. ¿Porque es importante implementar nuevos proyectos comunicativos en la entidad de la Cámara de Comercio de Ocaña?

La comunicación es el pilar fundamental del desarrollo y de cualquiera actividad, si fallan los procesos comunicativos se omiten los procesos, y claro que también van a fallar el desempeño de la actividad propia de la entidad, en ese orden de ideas se hace necesario fortalecer y aplicar estrategias comunicativas acordes a las necesidades de nuestra entidad.

5. ¿Se ha realizado alguna vez una estrategia de comunicación interna en la cámara de comercio? ¿Por qué?

Las estrategias comunicativas que existen en la cámara de comercio son las empleadas de forma virtual, la estrategia comunicativa primaria existen las comunicaciones directa entre los empleados, existen las comunicaciones formales y también se han empezado a utilizar las nuevas tecnologías empleando las redes de comunicación

Apéndice B. Entrevista a coordinadores de área de los departamentos de la Cámara de Comercio de Ocaña.

Entrevistas a coordinadores del área de los departamentos de la cámara de comercio de Ocaña
Objetivo: conocer desde la experiencia de los coordinadores de cada departamento, el estado actual del clima organizacional y el trabajo en equipo.
Fecha 20/11/18
Nombre del entrevistado: Leidy Patricia Bacca
Cargo: Coordinadora documental
PREGUNTAS
¿Existe un buen clima organizacional, en la entidad de la cámara de comercio? Si No ¿Por qué?
¿Son buenas las relaciones con sus compañeros de trabajo? ¿Por qué?
¿La empresa realiza actividades deportivas, paseos, fiestas y otras actividades de diversión?
¿Por qué es importante implementar nuevos proyectos comunicativos en la entidad de la Cámara de Comercio de Ocaña?
¿Se ha realizado alguna vez una estrategia de comunicación interna en la cámara de comercio? ¿Por qué?
 Firma Leidy Patricia Bacca Coordinador documental Ocaña, Colombia coordinacionarchivo@camaraocana.com

1. ¿Cómo definiría el clima organizacional en la entidad de la Cámara de Comercio?

Hasta la fecha si en algunas ocasiones se ha tornado difícil el ambiente pero se ha tratado de superar.

2. ¿Son buenas las relaciones con sus compañeros de trabajo? ¿Por qué?

Sí, porque en el momento que uno necesita una colaboración la recibe de manera inmediata y siempre están dispuestos a colaborar

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

Hasta la fecha no, yo no asistido a ningún tipo de actividades.

4. ¿Porque es importante implementar nuevos proyectos comunicativos en la entidad de la Cámara de Comercio de Ocaña?

Cuando una institución cuenta con buena Comunicación, buen compañerismo hay confianza laboral, mejora todas las funciones, mejora el trabajo y hay mayor eficiencia y productividad.

5. ¿Se ha realizado alguna vez una estrategia de comunicación interna en la cámara de comercio? ¿Por qué?

Hasta la fecha no he conocido ningún tipo de estrategia diferente a las funciones que uno tiene y las actividades laborales.

Apéndice C. Entrevista a coordinadores de área de los departamentos de la Cámara de Comercio de Ocaña.

<p>Entrevistas a coordinadores del área de los departamentos de la cámara de comercio de Ocaña</p> <hr/> <p>Objetivo: conocer desde la experiencia de los coordinadores de cada departamento, el estado actual del clima organizacional y el trabajo en equipo.</p> <p>Fecha 22/11/18 Nombre del entrevistado: Yaneth Durán Cobaría Cargo: Coordinadora contable PREGUNTAS</p> <p>¿Cómo definiría el clima organizacional en la entidad de la Cámara de Comercio?</p> <p>¿Son buenas las relaciones con sus compañeros de trabajo? ¿Por qué?</p> <p>¿La empresa realiza actividades deportivas, paseos, fiestas y otras actividades de diversión?</p> <p>¿Porque es importante implementar nuevos proyectos comunicativos en la entidad de la Cámara de Comercio de Ocaña?</p> <p>¿Se ha realizado alguna vez una estrategia de comunicación interna en la cámara de comercio? ¿Por qué?</p> <p style="text-align: center;">  Firma: Yaneth Durán Cobaría Coordinador contable Ocaña, Colombia Temporal@camaraocana.com </p>
--

1. ¿Cómo de finiría el clima organizacional en la entidad de la Cámara de Comercio?

Es un ambiente bueno y se debe mejorar, pero hasta el momento todo está bien.

2. ¿Son buenas las relaciones con sus compañeros de trabajo? ¿Por qué?

Si, manejamos un ambiente laboral bueno, personalmente trato de hablar con ellos en un tono adecuado para evitar que haya mal ambiente de trabajo.

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

Últimamente no se han realizado, por qué hemos tenido mucho trabajo, pero si se hacen.

4. ¿Porque es importante implementar nuevos proyectos comunicativos en la entidad de la

Cámara de Comercio de Ocaña?

La comunicación es muy importante tanto a nivel interno como a nivel externo, es importante fomentar, por qué, existen nuevos métodos y formas de comunicación hay una mejor forma de trabajo, el trabajo fluye más rápido.

5. ¿Se ha realizado alguna vez una estrategia de comunicación interna en la cámara de comercio? ¿Por qué?

Que yo conozca, personalmente no sé qué se estaba implementando pero no se pudieron desarrollar los seminarios ni las capacitaciones propuestas.

Apéndice D. Nota realizada sobre los ganadores de la rifa 2019 realizada por la Cámara de Comercio de Ocaña para sus afiliados.

NOTICIAS RECURSOS TRÁMITES VIRTUALES CONSULTAS VIRTUALES DESCARGAS / MANUALES

LEY DE TRANSPARENCIA CAPACITACIONES CONTACTENOS/PQR

Buscar

Inscripciones On Line

Capacitaciones Incripciones En Linea

DE INTERES

La Cámara de Comercio convoca a todos aquellos afiliados o Personas Naturales, que formulen proyecciones CÍVICAS o CULTURALES para que los postulen en nuestra entidad

Por Alejandra Bautista:

La Cámara De Comercio hace entrega de los premios a los felices Ganadores.

El día de hoy 21 de Mayo, en las horas de la mañana el Doctor Rubén Darío Álvarez Arévalo Presidente Ejecutivo de la Cámara de comercio de Ocaña, realizo la entrega de los premios del sorteo para afiliados 2019 que se realizo el pasado 10 de mayo, con la participación 320 Afiliados que renovaron antes del 01 de Abril de 2019, a cada uno de ellos se les asignó en forma aleatoria una boleta con tres opciones numéricas, donde se rifaron dos premios, uno de ellos con el premio mayor y otro con el premio seco de la lotería de Santander.

Los ganadores fueron;

SIPREF

Evita fraudes, conoce el SIPREF Sistema Preventivo de Fraudes Más Información

LIBROS ELECTRONICOS

Innova Con la Cámara de Comercio

La Cámara de Comercio de Ocaña acatando las directrices de los decretos 031 y 2394 de 2012 y las leyes 527 de 2001 y 825 de 2003 invita a las personas jurídicas a que inscriban sus

Apéndice E. Capacitaciones brindadas por la Cámara de comercio de Ocaña.



Apéndice F. Grabaciones de las escenas del video institucional.



Apéndice G. Organización de las encuestas aplicadas a los 16 funcionarios.



Apéndice H. Solicitud de aprobación de actividades al realizar al interior de la Cámara de Comercio de Ocaña.

* **Motivar la salud de tu equipo**
 Impulsar en tu oficina el ejercicio y la alimentación sana donde cada mañana o a medio día hagan ejercicios de yoga, respiración y pausas activas.

Alejandra Bautista Durán
 Alejandra Bautista Durán
 1091670008
 Pasante

[Firma]
 Representante legal
 de la Cámara de Comercio de
 Ocaña

El objetivo de estas actividades no es recreativo y deben ser entendidas como una herramienta organizacional de interacción que busca mejorar la comunicación, el clima laboral entre los empleados.

Scanned with CamScanner

Apéndice I. Artes de sensibilización sobre beneficios del trabajo en equipo.

XVI FERIA DEL ARTE Y SABOR 2019
 18-19-20 Abril

¿Quieres ser Expositor?
 Acércate a nuestras oficina y realiza tu inscripción en la Cámara de Comercio

REQUISITOS

- * Tener Copia de la Cédula
- * Copia del Certificado de Matrícula de Comercio Actualizado al año 2019
- * Tu Artímanas económica debe ser en Pastres y Desechos Linea de Artes

REALIZA TU INSCRIPCIÓN (DEL 20 MARZO AL 5 DE ABRIL) EN LA DIRECCIÓN DE PROMOCIÓN Y DESARROLLO

Cámara de Comercio de Ocaña

TIPS
 Para hacer tu lugar de trabajo más agradable.

- Respetar las opiniones de los demás
- Habilidades comunicativas
- Ofrece ayuda a otros
- Saluda a tus compañeros
- Abre y sostén puertas a otro
- Se amable con tus compañeros de trabajo.

Cámara de Comercio de Ocaña



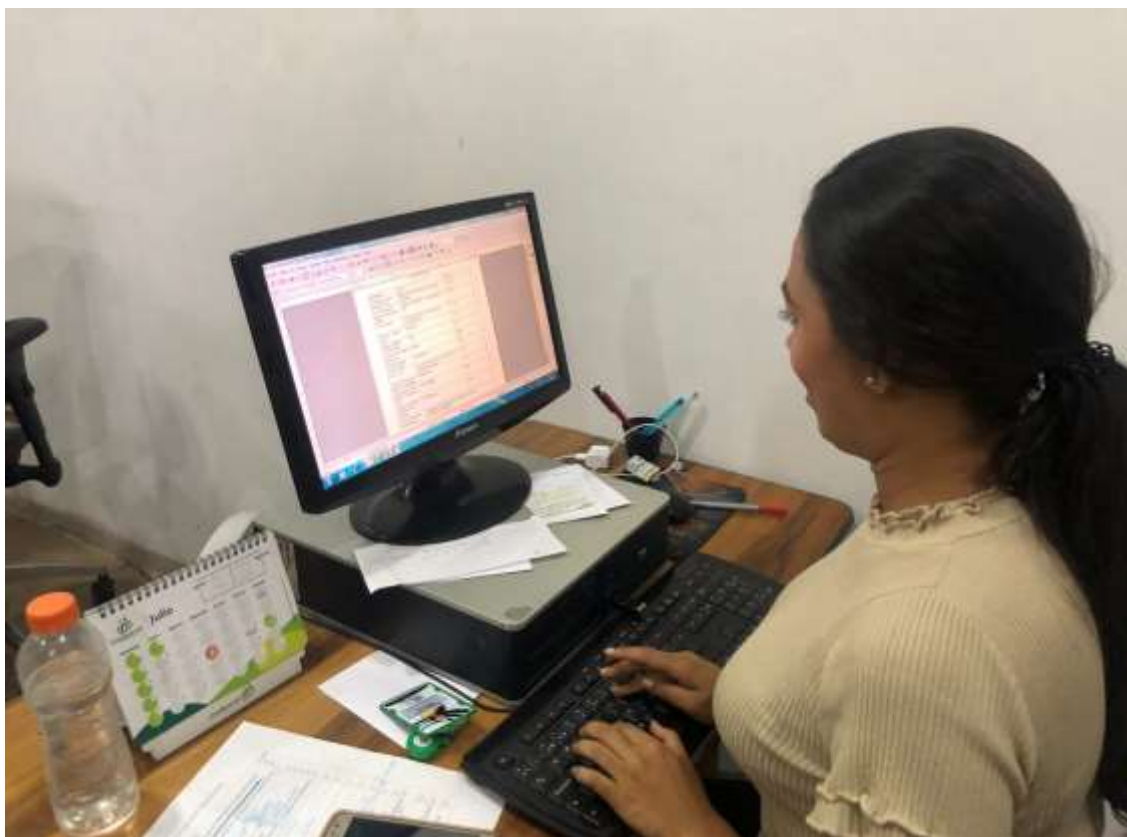
Apéndice J. Resultados y análisis de lista de chequeo.

LISTA DE CHEQUEO


ANÁLISIS DE LOS CANALES Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN INTERNA DE LA ENTIDAD	SI	NO	OBSERVACIONES	RECOMENDACIONES
¿Se utilizan reuniones presenciales o virtuales en la entidad para mantener al tanto de los temas de la entidad?	<input checked="" type="checkbox"/>		Se usan	Se continúan realizando a los empleados y así lograr un buen ambiente
¿La entidad brinda información por correo electrónico a sus empleados?	<input checked="" type="checkbox"/>			
¿Se desarrollan eventos sociales en la entidad?	<input checked="" type="checkbox"/>		Se usan de manera	Se usan como un buen momento
¿Existen redes sociales corporativas para la comunicación entre el personal?	<input checked="" type="checkbox"/>			
¿El uso de Internet ha sido necesario y los empleados se comunican?	<input checked="" type="checkbox"/>			
¿Existen canales de retroalimentación interna en la entidad?	<input checked="" type="checkbox"/>		Se usan de manera	Se usan como un buen momento
¿Se utilizan videos corporativos al interior de la entidad para una mejor comunicación con los empleados?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
¿Muestran videos o publicaciones informativas institucionales?	<input checked="" type="checkbox"/>			
¿Existen en la entidad un banco de imágenes?	<input checked="" type="checkbox"/>			
¿Se utilizan las redes sociales corporativas?	<input checked="" type="checkbox"/>			

[Firma]

Apéndice K. Producción del guion técnico.



Apéndice L Cuestionario aplicado en la Cámara de Comercio de Ocaña sobre clima organizacional.



Cámara de Comercio
de Ocaña

91 898 536 80-2 / Móvil y Celular

Encuesta sobre Clima Organizacional en la Cámara de Comercio

FECHA DE APLICACION:

Area a la que pertenece:	Antigüedad en la entidad:
Nivel Directivo <input type="checkbox"/>	Menos de 1 año <input type="checkbox"/>
Nivel Operativo <input type="checkbox"/>	Entre 1 y 2 años <input type="checkbox"/>
Personal de Serv Generales <input type="checkbox"/>	Más de 2 años <input type="checkbox"/>

A continuación encontrará algunas afirmaciones con la siguiente escala: Totalmente de acuerdo (TA), De Acuerdo (A), Algunas Veces (AV), En Desacuerdo (D) y Totalmente en Desacuerdo (TD). Lea con atención cada ítem y marque con una X la opción que mejor describa su percepción.

- Me siento orgulloso de trabajar en la Cámara de Comercio de Ocaña.

TA	A	AV	D	TD
----	---	----	---	----
- Si otra institución me ofreciera un puesto similar con una remuneración ligeramente superior, me quedaría en la Cámara de Comercio de Ocaña.

TA	A	AV	D	TD
----	---	----	---	----
- Me siento fuertemente motivado para realizar mi trabajo en la entidad.

TA	A	AV	D	TD
----	---	----	---	----

4. Los equipos para la realización de mi trabajo se encuentran en condiciones adecuadas.

TA	A	AV	D	TD
----	---	----	---	----

5. Considero que mi jefe inmediato genera un ambiente de confianza en mi área de trabajo.

TA	A	AV	D	TD
----	---	----	---	----

6. Mi jefe inmediato conoce las dificultades o novedades que se me presentan.

TA	A	AV	D	TD
----	---	----	---	----

7. Existe una buena y permanente comunicación tanto en mi área como con otras con las que debo trabajar.


TA	A	AV	D	TD
----	---	----	---	----

8. En la entidad se realizan actividades recreativas, sociales y culturales.

TA	A	AV	D	TD
----	---	----	---	----

9. Me gustaría asistir a reuniones sociales con mis compañeros de trabajo.

TA	A	AV	D	TD
----	---	----	---	----



Cámara de Comercio
de Coahuila

NIT 090 530 600-7 / MiRed a Confianza

10. Me siento a gusto trabajando con cualquiera de mis compañeros.

TA	A	AV	D	TD
----	---	----	---	----

11. Las condiciones físicas de mi entorno laboral tales como: espacio, ventilación, iluminación, ausencia de ruido son favorables para cumplir mis funciones.

TA	A	AV	D	TD
----	---	----	---	----

12. Recibo información acerca de cómo puedo evitar accidentes de trabajo.

TA	A	AV	D	TD
----	---	----	---	----

13. Las capacitaciones brindadas responden a las necesidades de la institución.

TA	A	AV	D	TD
----	---	----	---	----

14. La Cámara de Comercio se preocupa por la capacitación y desarrollo de su personal para que realice mejor su trabajo.

TA	A	AV	D	TD
----	---	----	---	----

15. En la Cámara de Comercio me siento tratado con dignidad y respeto.

TA	A	AV	D	TD
----	---	----	---	----

Fuente. Autor del proyecto