	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO		F-AC-DBL-007	10-04-2012	A
DIVISIÓN DE BIBLIOTECA		Dependencia	Aprobado	Pág.
		SUBDIRECTOR ACADEMICO		1(53)

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	AURA MARÍA BERMÚDEZ OSORIO
FACULTAD	EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES
PLAN DE ESTUDIOS	COMUNICACIÓN SOCIAL
DIRECTOR	LINA MARÍA ARÉVALO ANGARITA
TÍTULO DE LA TESIS	IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN QUE PERMITA EL MEJORAMIENTO DE LAS COMUNICACIONES INTERNAS DE LA EMPRESA COMUNICACIONES INTEGRALES

RESUMEN (70 palabras aproximadamente)

EL PROYECTO REALIZADO, TUVO COMO OBJETIVO PRINCIPAL, IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN QUE PERMITA EL MEJORAMIENTO DE LAS COMUNICACIONES INTERNAS DE LA EMPRESA COMUNICACIONES INTEGRALES, DEBIDO A QUE NO EXISTÍA UN USO ADECUADO DE LOS CANALES COMUNICATIVOS.

LA IMPLEMENTACIÓN DE ESTA ESTRATEGIA FORTALECIO EL DESARROLLO INTERNO Y MEJORO EL CLIMA LABORAL Y LAS RELACIONES ENTRE EMPLEADO, EMPLEADO, DE TAL MANERA QUE LA COMUNICACIÓN LE PERMITE FLUIR SIN QUEDARSE ESTANCADA EN LAS DIFERENTES AREAS.

CARACTERÍSTICAS

PÁGINAS: 52	PLANOS: 0	ILUSTRACIONES: 0	CD-ROM:1
-------------	-----------	------------------	----------



VÍA ACOLSURE, SEDE EL ALGODONAL. OCAÑA N. DE S.
Línea Gratuita Nacional 018000 121022 / PBX: 097-5690088
www.ufpso.edu.co



**IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN QUE
PERMITA EL MEJORAMIENTO DE LAS COMUNICACIONES INTERNAS DE
LA EMPRESA COMUNICACIONES INTEGRALES**

AURA MARÍA BERMÚDEZ OSORIO

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

**IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN QUE
PERMITA EL MEJORAMIENTO DE LAS COMUNICACIONES INTERNAS DE
LA EMPRESA COMUNICACIONES INTEGRALES**

AURA MARÍA BERMÚDEZ OSORIO

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

**Comunicadora Social
LINA MARÍA ARÉVALO ANGARITA
Director**

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

CONTENIDO

	Pág.
<u>INTRODUCCIÓN</u>	11
<u>1 IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN QUE PERMITA EL MEJORAMIENTO DE LAS COMUNICACIONES INTERNAS DE LA EMPRESA COMUNICACIONES INTEGRALES</u>	12
<u>1.1 DESCRIPCIÓN BREVE DE LA EMPRESA</u>	12
1.1.1 Misión	12
1.1.2 Visión	12
1.1.3 Objetivos de la empresa	12
1.1.4 Descripción de la estructura organizacional de empresa	12
1.1.5 Descripción del proyecto asignado al proceso de pasantías	13
<u>1.2 DIAGNOSTICO DE LA DE DEPENDENCIA O PROYECTO ASIGNADO EN PASANTÍAS</u>	14
1.2.1 Planteamiento del problema	14
<u>1.3 OBJETIVOS DE LA PASANTÍA</u>	15
1.3.1 Objetivo general	16
1.3.2 Objetivo específico	16
<u>1.4 DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES A DESARROLLAR EN PASANTÍAS</u>	16
<u>1.5 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES</u>	17
<u>2. ENFOQUES REFERENCIALES</u>	19
2.1 <u>Enfoque conceptual</u>	19
2.2 <u>Enfoque legal</u>	22
<u>3. INFORME DEL CUMPLIMIENTO DEL TRABAJO</u>	25
3.1 <u>PRESENTACIÓN DE RESULTADOS</u>	25
<u>4. DIAGNOSTICO FINAL</u>	44
<u>5. CONCLUSIONES</u>	45
<u>6. RECOMENDACIONES</u>	47
<u>BIBLIOGRAFIA</u>	48
<u>ANEXOS</u>	49

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Organigrama de la empresa	13

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Matriz Dofa	14
Cuadro 2. Descripción de las actividades a desarrollar	16
Cuadro 3. Cronograma de actividades	17

LISTA DE FOTOGRAFÍAS

	Pág.
Fotografía 1. Boletín 1	27
Fotografía 2. Boletín 2	29
Fotografía 3. Invitación a capacitación	30
Fotografía 4. Uso del correo	31
Fotografía 5. Capacitación como ser un buen líder	33
Fotografía 6. Capacitación como ser un buen líder	33
Fotografía 7. Capacitación banco de occidente	34
Fotografía 8. Capacitación riesgos laborales	35
Fotografía 9. Capacitación riesgos laborales	35
Fotografía 10. Capacitación distribuidores	35
Fotografía 11. Capacitación distribuidores	36
Fotografía 12. Jornada donación de sangre	36
Fotografía 13. Jornada donación de sangre	36
Fotografía 14. Capacitación primeros auxilios	37
Fotografía 15. Capacitación primero auxilios	37
Fotografía 16. Brigada de salud	38
Fotografía 17. Brigada de salud	38
Fotografía 18. Visita constructora	38
Fotografía 19. Visita constructora	39
Fotografía 20. Actividad deportiva	39
Fotografía 21. Actividad deportiva	40
Fotografía 22. Jornada de limpieza	40
Fotografía 23. Jornada de limpieza	40
Fotografía 24. Celebración día del asesor comercial	41
Fotografía 25. Celebración cumpleaños	41
Fotografía 26. Celebración cumpleaños	41
Fotografía 27. Celebración amor y amistad	42
Fotografía 28. Celebración amor y amistad	42
Fotografía 29. Elección Copasst	42
Fotografía 30. Reunión Copasst	43
Fotografía 31. Votaciones Copasst	43

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo 1. Formato circular	50
Anexo 2. Formato encuesta	51

RESUMEN

Este plan de trabajo se basa en la implementación de una estrategia de comunicación que permita el mejoramiento de las comunicaciones internas de la empresa Comunicaciones Integrales S.A ubicada en la ciudad de Valledupar, por medio de la observación se seleccionó cuáles eran los canales comunicativos que se debían utilizar para mejorar la comunicación interna.

Seguido se aplicó un estudio de Matriz DOFA, con el que se hizo una comparación con otros estudios para saber cuál era el estado actual de la empresa, de lo que se encontró que la compañía no utilizaba ningún método para comunicarse al interior de la empresa con sus empleados, lo cual genera que el clima laboral no sea el óptimo.

Para contrarrestar la problemática se empezaron a utilizar los diferentes canales de comunicación como lo son los boletines informativos, capacitaciones, mensajes positivos, actualización de cartelera, actividades de recreación y celebración de fechas especiales, para mejorar la comunicación interna y el clima laboral.

INTRODUCCIÓN

La comunicación interna para las empresas es el canal que va permitir que la información fluya de forma adecuada sin que se quede estancada, de ahí viene la importancia de tener en cuenta la implementación de una estrategia comunicativa enfocada en el mejoramiento interno, para que todas las personas que hacen parte de la organización, se mantenga informados de las nuevas tomas de decisiones que pasan en la empresa. Promoviendo con ello el clima laboral para mejorar las relaciones entre los empleados y aumentando la eficiencia en el trabajo.

La comunicación siempre va ser importante, porque el mundo se mueve a través de ella y la organización necesita difundir internamente sus políticas, aunque esta sea una nueva manera de dirigir algunas empresas no están haciendo uso de estas herramientas para aumentar la comunicación entre ellos. Para esto es importante conocer cuáles son cada una de las técnicas comunicativas utilizadas en estos casos, teniendo en cuenta que la situación puede variar.

1 IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN QUE PERMITA EL MEJORAMIENTO DE LAS COMUNICACIONES INTERNAS DE LA EMPRESA COMUNICACIONES INTEGRALES

1.1 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

Somos un periódico tamaño tabloide europeo que contiene cinco columnas por un alto de 40 centímetros, de circulación en los departamentos del Cesar, La Guajira y algunos municipios del Magdalena.

Con una circulación diaria de 15 mil ejemplares, contamos con 4.500 suscriptores en Valledupar y más de tres mil en los diferentes municipios del Cesar y La Guajira, incluyendo su capital, Riohacha.

Nuestra información periodística oportuna y de gran calidad, nos ha situado como el periódico local con mayor credibilidad y prestigio de la región; además, nuestros clientes a nivel local y nacional confirman este hecho, con una pauta publicitaria efectiva. Contamos con maquinaria propia, lo que garantiza la circulación diaria.

1.1.1 Misión

Comunicaciones Integrales S.A., es una empresa productiva y confiable que provee servicios de información, formación de opinión, impresos y publicidad, para satisfacer con calidad las necesidades de la comunidad del Cesar y La Guajira.

1.1.2 Visión

Comunicaciones Integrales S.A. es una red de medios de comunicación de alta calidad, modelo en la Costa Caribe colombiana por la excelencia de su talento humano, rentabilidad y contribución al desarrollo económico y social de la región.

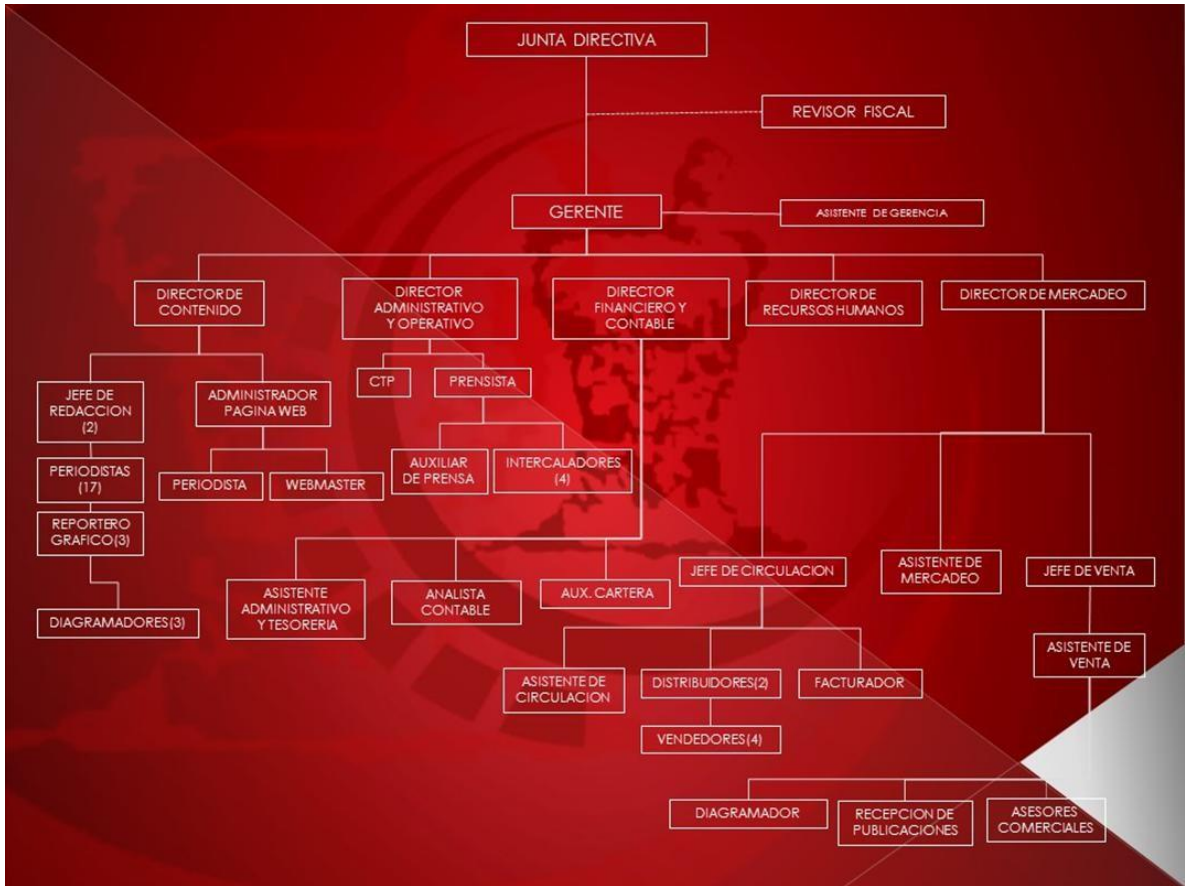
1.1.3 Objetivos

Más allá de su objetivo central de informar, crear y formar opinión, Comunicaciones Integrales se ha vinculado de manera permanente a muchos temas claves para la región; actualmente está vinculado a distintos proyectos de desarrollo fundamentales para el futuro del Departamento del Cesar.

1.1.4 Descripción de la estructura organizacional

La estructura organizacional de la Empresa Comunicaciones Integrales permite ver que la Junta Directiva es quien dirige la entidad y de ahí se desprenden otros departamentos que permite la asignación expresada de responsabilidades de las diferentes funciones y procesos para que la empresa marche de la mejor manera.

Figura 1. Organigrama empresa



Fuente: Empresa estudio

1.1.5. Descripción de la dependencia y/o proyecto al que fue asignado

Comunicaciones Integrales S.A es una empresa que a pesar de manejar un medio masivo de comunicación como es la prensa escrita, carece internamente de Comunicación entre las personas que trabajan en el medio y los mismos gerentes. Las comunicaciones internas en la empresa permiten mejorar el clima laboral y el rendimiento de los empleados. Lo ideal es implementar estrategias donde se vinculen a cada una de las personas que conforman la empresa para que se informen de las cosas que se han o han pasado fuera y dentro de ella, que sean utiles para mejorar las relaciones mismas del empleador y gerente.

1.2 DIAGNÓSTICO INICIAL DE LA DEPENDENCIA ASIGNADA

Cuadro 1.Matriz Dofa

Debilidades	Oportunidades	Fortalezas	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">• No existe un boletín informativo	<ul style="list-style-type: none">• Implementación Internet y red interna en todas las oficinas	<ul style="list-style-type: none">• Cuenta con un reglamento interno aprobado	<ul style="list-style-type: none">• Fragilidad de la comunicación interna
<ul style="list-style-type: none">• Poca comunicación de los profesionales de diferentes áreas	<ul style="list-style-type: none">• Mejoramiento del diseño, contenido e impresión del producto	<ul style="list-style-type: none">• Profesionales en diferentes áreas	<ul style="list-style-type: none">• Aumento de rumores sobre situación económica de la empresa
<ul style="list-style-type: none">• Poco uso del correo empresarial	<ul style="list-style-type: none">• Implementación de medios digitales como página web y redes sociales para atraer más público.	<ul style="list-style-type: none">• Alto nivel de competitividad	<ul style="list-style-type: none">• No existe un plan de comunicación
<ul style="list-style-type: none">• Poca asistencia de los empleados a las reuniones o capacitaciones programadas.	<ul style="list-style-type: none">• Fortalecimiento de la comunicación interna por medio de la oficina de Recursos Humanos	<ul style="list-style-type: none">• Ser un reconocido líder en el mercado	<ul style="list-style-type: none">• Incursión de nuevos diarios locales en la ciudad con mejor infraestructura y mayor inversión

Fuente: Pasante

1.2.1 Planteamiento del problema

Las empresas hoy en día se han preocupado más por comunicarse con el público externo que con el interno, que son los encargados que la entidad tenga un direccionamiento hacia el éxito, y olvidan que la comunicación dentro de las organizaciones cumplen un papel facilitador en los procesos y relaciones entre las personas, que junto a ella se desarrollan soportes comunicativos e informativos que hacen posible procesos sociales, económicos, políticos y culturales que conducen al progreso de la empresa.

El verdadero reto que deben superar, en cuanto, a la importancia que haya una dependencia que se encargue de mantener informados a los empleados, de las nuevas tomas de

decisiones y que sea quien se encargue de unir las diferentes áreas para que trabajen en conjunto, es dejar que ellas pasen a un primer plano y se conviertan es una herramienta estratégica para lograr un mejor funcionamiento en la organización.

Si la empresa quiere lograr mantener al grupo de empleados enfocados en su trabajo y motivados, debe tener en cuenta los tipos de comunicación: Comunicación descendente, se trata de la comunicación formal básica e históricamente más utilizada. Surge desde los directivos de la empresa y desciende a los distintos niveles de la pirámide jerárquica. Su finalidad es informar instrucciones, objetivos o políticas de la empresa. Sin embargo, este tipo de comunicación es vertical y rígida tiende a quedar obsoleta antes los nuevos medios de comunicación y la cultura interactiva de las nuevas generaciones de trabajadores. Cuando se habla de una comunicación ascendente, es cuando se basan los conocimientos en la parte baja de la pirámide jerárquica, este caso serian que circulan de abajo hacia arriba en la empresa, permitiendo que los empleados planteen ideas y sugerencias, así como dar retroalimentación a la comunicación descendente. Y para cuando existan personas que se encuentren en el mismo nivel jerárquico se habla de una comunicación horizontal, esta suele ser informal, a través relaciones de amistad y compañerismo. Cuando se fomenta desde la empresa, se promueve como pauta de trabajo la colaboración y el trabajo en equipo.

Estas pautas de comunicación interna se crean, porque los empleados tienen la necesidad de conocer hacia dónde van los direccionamientos de la organización, en este punto sería una herramienta clave para incrementar la eficiencia productiva. Actualmente el público interno está siendo manejado en algunas empresas por la oficina de Recursos Humanos, quien intenta difundir información a los empleados, teniendo como resultado que esta se quede estancada y no fluya, en el caso de la empresa estudio la información se maneja desde esa oficina y el estado actual de la comunicación interna es deficiente debido a que no se utilizan ninguno de los canales comunicativos para informar al empleados. Carece de boletines internos, cuenta con una cartelera sin actualizar y está ubicada en una sola dependencia, teniendo en cuenta que la estructura de la empresa cuanta con varias dependencias, no se incentiva a que los empleados utilicen sus correos institucionales y a que tengan sentido de pertenencia por el lugar de trabajo, no se le informa al empleado de los diferentes cambios que tiene la empresa, no se utilizan circulares, ni se capacita a los empleados.

Con los resultados obtenidos a través del método de la observación con el siguiente trabajo se pretende implementar estrategias de comunicación interna, basándose en las necesidades de comunicación que tiene la empresa con el empleador, para permitir fluidez en sus diferentes, promoviendo el mejoramiento de las relaciones interpersonales, fomentando el trabajo en equipo y promoviendo la construcción de ideas y sugerencias.

1.3 OBJETIVOS DE LA PASANTÍA

1.3.1 Objetivo general

Implementar una estrategia de comunicación que permita el mejoramiento de las comunicaciones internas de la empresa Comunicaciones Integrales.

1.3.2 Objetivo específicos

Elaborar un modelo de encuesta de clima organización para realizar cada 6 meses

Fortalecer los canales de comunicación interna.

Formular un plan estratégico de comunicación que contribuyan al mejoramiento de los flujos de comunicación

1.4 DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES A DESARROLLAR

Tabla 2. Descripción de actividades

Objetivo General	Objetivos Específicos	Actividades a desarrollar en la empresa para hacer posible el cumplimiento de los Obj. Específicos
Implementación de una estrategia de comunicación que permita el mejoramiento de las comunicaciones internas de la empresa Comunicaciones Integrales.	• Elaborar un modelo de encuesta de clima laboral para aplicar cada 6 meses	• Creación de un formato
	• Fortalecer los canales de comunicación interna	• Enviar boletines informativos una vez al mes • Actualizar las carteleras con información de interés • Incentivar a los funcionarios a que hagan uso del correo empresarial • Programar capacitaciones al menos una vez al mes

		<ul style="list-style-type: none"> • Celebrar fechas especiales
	<ul style="list-style-type: none"> • Formular un plan estratégico de comunicación que contribuyan al mejoramiento de los flujos de comunicación 	

Fuente: Oficina de Pasantías UFPSO

1.5 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Tabla 2. Cronograma de actividades

Nº/Actividad	Agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre
1 Elaborar un modelo de encuesta de clima laboral para aplicar cada 6 meses					
2 Actualizar cartelera	Semanal	Semanal	Semanal	Semanal	Semanal
3 Boletines informativos	Una vez al mes				
4 Boletines informativos	Cada vez que sea necesario informar sobre algún acontecimiento, actividad o información	Cada vez que sea necesario informar sobre algún acontecimiento, actividad o información	Cada vez que sea necesario informar sobre algún acontecimiento, actividad o información	Cada vez que sea necesario informar sobre algún acontecimiento, actividad o información	Cada vez que sea necesario informar sobre algún acontecimiento, actividad o información

5 Capacitar al personal de trabajo	Una vez al mes				
------------------------------------	----------------	--	--	--	--

Fuente: Pasante

2. ENFOQUES REFERENCIALES

2.1 Enfoque conceptual

La preocupación por mantener un clima laboral óptimo y que las relaciones interpersonales en la empresa se mantengan estables entre empleados y empleadores no es nada nuevo en realidad la comunicación interna como realidad y fenómeno corporativo siempre ha existido, ya que está radicada en la esencia de cualquier organización humana. De hecho, tal como lo plantea Paul Watzlawick, en sus axiomas de la comunicación humana, es imposible que una empresa no comunique, ya que la interacción entre sus miembros es vital para su funcionamiento y éxito. Su gestión profesional, propiamente tal, comienza a desarrollarse en Estados Unidos y Europa, a fines de la década de los setenta, época en que surge en los organigramas como una función casi siempre asociada a la estrategia de recursos humanos (gestión participativa y desarrollo del personal). Tal como señala Justo Villafañe dicha preocupación por la comunicación y la información en el seno de la empresa no respondió a una mera moda, sino que fue “una respuesta, en términos del malajemente, a la creciente complejidad que fueron adquiriendo las organizaciones”.(1)

Los procesos comunicativos realizados en el interior del Sistema Organizativo constituyen la comunicación interna dirigida a conseguir una estabilidad en la organización con vista a que se alcancen sus fines. Por medio de la comunicación se logra crear y mantener la cultura de la organización. Igualmente la organización es el modo fundamental de transmitir la cultura y conseguir la socialización de los miembros.

En lo que se refiere a las organizaciones, cultura es el patrón de comportamiento general, creencias compartidas y valores comunes de los miembros. Fernández, Implica el aprendizaje y la transmisión de conocimientos, creencias y patrones de comportamiento a lo largo de cierto período. Toda organización crea su propia cultura o clima y refleja las normas y los valores del sistema formal y la manera en que los reinterpreta el sistema informal. También refleja la historia de las luchas internas y externas, los tipos de gente que la organización atrae; sus propios procesos laborales y su planta física, las formas de comunicación y cómo se ejerce la autoridad dentro del sistema.

Geert Hofstede de investigador del Instituto para la Investigación y la Cooperación Internacional (IRIC), Holanda- define la cultura como "una programación mental" que distingue a los integrantes de un grupo, expuestos a una misma educación y a experiencias similares. Los valores presentes en el individuo y en toda organización se pueden definir como creencias bastante permanentes sobre lo que es apropiado y lo que no lo es, que guía las acciones y el comportamiento de los empleados para cumplir los objetivos de la organización.

En la obra clásica de Watzlawick, Beavin y Jackson, Teoría de la comunicación humana (1971), se hace hincapié en estos principios básicos del sistema. La totalidad se explica afirmando que “cada una de las partes de un sistema está relacionada de tal modo con las otras que un cambio en una de ellas provoca un cambio en todas las demás y en el sistema total” (1)

Generalmente los valores, las normas y los patrones de comportamiento que necesitan ser aprendidos a través de la socialización organizacional son: los objetivos de la organización, los medios a través de los cuales se alcanzarán los objetivos, las responsabilidades que le corresponden a cada miembro en la organización, los patrones de comportamiento requeridos para el desempeño eficaz del papel y un conjunto de reglas o principios que aseguran el mantenimiento de la realidad e integridad de la organización. Definida de forma simple, La comunicación interna es el patrón de mensajes compartidos por los miembros de la organización, es la interacción humana que ocurre dentro de las organizaciones y entre los miembros de las mismas. El estudio de la comunicación interna centra su interés en los procesos y subprocesos por medio de lo que se procura que los miembros de la organización cumplan las tareas encomendadas y en cómo los canales de información la facilitan de acuerdo con los objetivos propuestos para el grupo.

En sus comunicaciones "hacia adentro", actualiza a sus integrantes sobre nuevas situaciones y enfoques, imparte instrucciones, identifica preocupaciones de la gente, motiva y ejerce influencia, controla la interpretación y ejecución de sus decisiones, educa al personal en los valores y cultura que dan coherencia al colectivo, entre otras cosas.

John Fiske, define a la comunicación como una "interacción social por medio de mensajes", por su parte, Antonio Pasquali, afirma que "la comunicación aparece en el instante mismo en que la estructura social comienza a configurarse, justo como su ingrediente estructural esencial, y que donde no hay comunicación, no puede formarse ninguna estructura social".(2)

Mientras tanto para Francisca Morales, la comunicación interna de forma planificada o no siempre ha existido en todo tipo de organizaciones, sobre todo en aquellas empresas preocupadas por la 'calidad y a las que se califican como 'excelentes'. Está considerada una herramienta de gestión y es un signo exterior de modernidad para aquellas empresas e instituciones que la aplican. Al igual que puede ser definida 'como el modelo de mensajes compartidos entre los miembros de la organización; es la interacción humana es la interacción humana que ocurre dentro de la organización y ente los miembros de la misma. La comunicación interna concierne a todos los componentes de la empresa desde la dirección general, pasando por los cuadros, directivos y empleados. Persigue contar a sus públicos internos lo que la propia organización hace; lograr un clima de implicación e integración de las personas en sus respectivas empresas; incrementando la motivación y la productividad. Todo ello para alcanzar la máxima optimización de los recursos de la empresa e instituciones, realizando los proyectos con mayor eficacia y al menos coste posible. La comunicación interna empezó a imponerse como una disciplina de gestión empresarial y ser considerada como un elemento eficaz, tanto en su efecto positivo sobre la productividad empresarial como sobre los logros de la empresa en general, a partir de finales de los 70 y principios de los 80, paso a considerarse como una gestión paralela a la de Recursos Humanos.

Es importante conocer el marco en el que se produce la comunicación en una organización. El diseño de toda organización debe permitir la comunicación en diferentes direcciones.. (2). Actores de comunicación interna en la empresa, Directivos, Técnicos, Mandos Intermedios, Trabajadores de Cuello Blanco y Azul, Propietarios, Representantes de los Trabajadores, Sindicatos, Comité de la empresa. (3)

Aunque fue a partir de los 90 que se empezó a implantar como una función con entidad propia, porque crea relaciones eficientes entre los distintos públicos grupos o equipos de las empresas, logrando así aproximarse a uno de los retos de la comunión interna que es la generación de valor' colaborando en la 'cadena del valor' de las compañías. Su dependencia organiza, se enmarca cada vez más, en la Dirección de Comunicación, ya que por tratarse de una función 'transversal a todas las políticas corporativas' su ámbito de competencia y su capacidad de representación del conjunto de la organización supera al de Recursos Humanos. La Comunicación Interna, para ser eficiente, ha de conseguir implicar en el proceso a todos los miembros de la empresa o institución, desde el presidente y la alta dirección al último colaborador de la organización. Solo así podrán conseguir los principios básicos de la Comunicación Interna <confianza y lealtad> (Andreu Pinillos). Pero por otra parte Juan Costa considera que el problema central de las relaciones dentro de una empresa es la comunicación. Porque es difícil ser escuchados por los colaboradores si estos, a su vez, no están convencidos de que efectivamente se les escucha a ellos. (3).

Funciones y objetivos de la comunicación Interna.

Para Villafañe, la principal función de la Comunicación Interna es “apoyar estructuralmente el proyecto empresarial” (1993:239). En este sentido, podemos decir que la Comunicación Interna se convierte en un factor clave a la hora de poner los cimientos para conseguir una sólida estructura empresarial, en un elemento transversal para permitir la consecución de la estrategia general de la empresa o institución.

Por tanto, al igual que la Comunicación Externa, la Comunicación Interna se convierte en un factor estratégico clave en la organización, de manera que quien ejecute, diseñe y planifique la política de comunicación de la empresa no sólo debe estar en continuo contacto con la dirección de la organización sino que debe formar parte de ésta. El éxito de las políticas de comunicación en la organización dependerá, en gran medida, de esta condición, que no siempre se cumple. Pero, además, deberá contar con una dimensión no sólo descendente, es decir, de arriba, de la dirección, abajo, al resto de personal de la organización, sino que para su adecuada puesta en marcha la Comunicación Interna debe tener también una dimensión ascendente y una dimensión transversal, que utilizarán distintas herramientas según la función que persigan.

Los objetivos de la Comunicación nunca serán efectivos si no forman parte de una amplia estrategia comunicativa que englobe también a la Comunicación Externa. Piñuel opina que “los objetivos de la comunicación interna se integran en la política integral de la empresa cuando la comunicación interna y la comunicación externa son interdependientes y complementarias. (...) Es indispensable que las acciones de comunicación interna y comunicación externa sean desarrolladas, al menos, en coherencia unas con otras, pues el personal, fuera de las horas de trabajo, se mezcla con el gran público (...).

Decir una cosa dentro de casa y la contraria fuera desacredita el discurso de la empresa en su conjunto. Por su parte, cualquier campaña de comunicación externa, conocida previamente en el interior, puede ser mucho más calurosamente aceptada o rechazada en virtud de la implicación del personal”. Esta afirmación de Piñuel, que puede parecer lógica y evidente, debe ser asumida por cualquier organización que pretenda poner en práctica estrategias de comunicación efectivas, y viene a corroborar la tesis de la Comunicación Interna como soporte y base de las acciones externas.

Teniendo en cuenta la función primordial de la Comunicación Interna al servicio de la estrategia integral de Comunicación, podemos considerar que sus objetivos son los siguientes:

- a) La implicación del personal
- b) La armonía de las acciones de la empresa
- c) El cambio de actitudes
- d) La mejora de la productividad

2.2 Enfoque legal

El periodismo ha estado inmerso en la sociedad desde tiempos inmemoriales y se ha convertido en parte vital de la misma, debido a que por el periodismo ha sido posible saber lo que ha sucedido antes y ahora, y puede prever un futuro. El periodismo, gracias a su capacidad de registrar y reflejar la sociedad, termina por retratar los acontecimientos presentes y futuros, ya que con su objetivo de informar difunde ideas para que las personas puedan tomar una posición frente a acontecimientos, grupos o individuos.

Debido a esto, es de suma importancia clara cuál es la responsabilidad social de los medios, entendido como el compromiso y los principios con los que se debería actuar para no llegar a contradecir lo que en un momento se ha dicho.

Pero es importante conocer lo que la Ley en la Constitución Política en su Artículo 19 y 20 muestran acerca de la libertad de expresión y de prensa.

Artículo 19. Individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión.

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

Medios de Comunicaron y su Responsabilidad Social

En primer lugar debemos tener en claro que la responsabilidad social de los medios de comunicación de estar dirigida a un colectivo que se prime de tener un compromiso democrático. Pero no se debe dejar a un lado la función primordial de los medios: informar, y su responsabilidad básica consiste en ofrecer el mejor producto a una comunidad, lo que conlleva a tener una conciencia con respecto a que necesidades e intereses que tiene esa comunidad. Los medios siempre adquieren un sentido de libertad que al final se transmite por ellos y éstos poseen entonces, un compromiso basado en los ideales democráticos de un pueblo. Los diferentes tipos de medios (televisivos, escritos y radiales) pueden tener posiciones las cuales defienden y, al mismo tiempo, saber cuáles son las posiciones de interés general teniendo en cuenta que no se debe abusar de ese poder obtenido a lo largo de los años. En este campo, los derechos de ordenamiento de los sistemas jurídicos, establecen un acuerdo que no puede ser violado en el momento de ejercer la función de informador; esto no se debe tomar como una forma de que los medios no tengan su propia opinión, sino como un camino para que la opinión no sea manejada por unos pocos, lo que primordialmente se busca es que haya una garantía democrática que permita que todos tengan la libertad de ejercer e intercambiar ideas y opiniones, y así, la labor periodística sería dominada por el respeto a la verdad de los hechos, y a buscar la dignidad del hombre.

Todos los medios tienen privilegios que les permiten defender varias posiciones; sin embargo, estos privilegios deben realizarse bajo los cánones establecidos para que los medios puedan cumplir con su objetivo social.

El medio más importante y cautivador existente en la actualidad es la televisión y será pertinente comenzar con el análisis de la responsabilidad social de este en primer lugar.

Prensa:

- La prensa está en la obligación de respetar el interés público, a la vez que debe ser veraz y objetivo.
- Las noticias deberán estar libres de todo tipo de opinión o interés personal.
- El objetivo primordial de un diario es la atención que se le dé a lo público, teniendo muy claro el sentido de la responsabilidad periodística, y su misión será la de buscar todos los elementos que ayuden con la mejora de las personas que adquieren este medio.(1)
- **Elementos de la responsabilidad del periodismo**

Para tener clara la responsabilidad civil o penal del periodismo, se debe tener en cuenta los elementos que intervienen en el concepto de responsabilidad social de los medios de comunicación: el sujeto activo, el sujeto afectado y el daño

- El sujeto activo: teniendo en cuenta la forma de transmisión de la información, los medios poseen obligaciones jurídicas que hacen que éstos respondan por sus actos.

Para tal motivo se tiene un factor importante en el sujeto activo que es la buena fe, entendido como la obligación del periodista de cumplir de mejor forma con su tarea.

En la Constitución Política de Colombia del 91, se establece el principio de responsabilidad del director del medio y de los periodistas en caso de injuria o calumnia; pero esta responsabilidad genera un compromiso social con el cual los medios de comunicación deben supeditar los intereses particulares a los intereses colectivos.

- El sujeto afectado: todos los medios de comunicación tienen la capacidad de atraer a un público, lo que conlleva a que muchas veces este público pueda ser afectado de distintas maneras.

Cuando una persona se siente vulnerados sus derechos fundamentales, tiene la posibilidad de interponer una acción de tutela. En referencia a éste aspecto, la Constitución Política dice que los medios tienen responsabilidad frente a una comunidad y en este sentido existe la figura del defensor del pueblo que podría interponer tutelas para defender los derechos fundamentales.

- El daño: el daño puede ser individual o colectivo y en la comprobación de este aspecto reside una de las principales diferencias entre responsabilidad jurídica y moral.

NORMA TÉCNICA COLOMBIANA NTC-ISO 9001 en su Tercera actualización nos muestra la importancia de la Comunicación Interna en las organizaciones. A continuación verán dos puntos importantes de esta norma.

Responsabilidad, Autoridad y Comunicación

La alta dirección debe asegurarse de que las responsabilidades y autoridades están definidas y son comunicadas dentro de la organización.

Comunicación interna

La alta dirección debe asegurarse de que se establecen los procesos de comunicación apropiados dentro de la organización y de que la comunicación se efectúa considerando la eficacia del sistema de gestión de la calidad.

Todos los medios de comunicación cumplen con una misión fundamental para la sociedad pues por medio de estos tenemos conocimiento de los hechos, ya que lo que ellos nos muestran es lo que al final podemos conocer; es claro que de su honestidad, veracidad y transparencia sabremos que nuestro mundo es real. (1)

3. INFORME CUMPLIMIENTO DEL TRABAJO

3.1. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

- **Elaborar un modelo de encuesta de clima laboral para aplicar cada 6 meses**

El clima laboral en las compañías siempre va ser un foco de preocupación, porque mantener una óptima relación y sincronía en el talento humano va ser que los altos mandos se interesen cada día más por saber que tan satisfechos están sus empleados con lo que pasa al interior de la empresa.

La encuesta de clima laboral es una técnica de medición que se utiliza para medir la percepción positiva o negativa que tienen los empleados sobre la compañía, que en algunas ocasiones a simple vista no se ven.

Actualmente la empresa estudio no está pasando por un buen momento económico, por lo que en la formulación de este plan de trabajo se recomienda, realizar esta encuesta cada seis meses, para lograr entender de otra forma algunas inquietudes que los empleados tienen. Considerando que el tiempo de aplicación puede variar dependiendo de los resultados obtenidos en otras encuesta ya realizadas.

Modelo encuesta

Encuesta 1

COMUNICACIONES
INTEGRAL S.A.
NE 024 000 011

EL PILÓN
ES LO MEJOR

NOMBRE PERSONA A CARGO _____ FECHA _____

Encuesta Clima Laboral					
Pregunta	SI	NO	BUENO	MALO	OBSERVACIONES
1. Al ingresar a la empresa le fueron informados los objetivos y políticas de la misma.					
2. Son delegadas claramente responsabilidades al interior del grupo de trabajo.					
3. Recuento de apoyo y confianza para el desarrollo de sus actividades en sus superiores.					
4. Son buenas las relaciones con sus compañeros de trabajo.					
5. Los trabajos en la compañía son comprendidos y compartidos por los empleados.					
6. Las reglas y regulaciones de la empresa son siempre cumplidas al pie de la letra por la Dirección.					
7. Le otorgan los instrumentos necesarios para optimizar su trabajo.					
8. Para realizar su trabajo el tiempo es suficiente.					
9. La información de interés es comunicada oportunamente.					
10. El trabajo que realiza satisface sus necesidades económicas, de ascensos y de aprendizaje.					
11. El gerente, como cambia el clima laboral en esta compañía.					
12. Tanto la cooperación y el apoyo de sus colegas de departamento.					
13. Tanto la cooperación y el apoyo de personas de otros departamentos.					
14. La Dirección permite a que los empleados trabajen en equipo.					
15. ¿Cree que usted y sus compañeros están unidos y se llevan bien?					
16. ¿Recibió la ayuda que necesitó del departamento de RRHH?					

17. Recibo la ayuda que necesito del departamento Financiero.									
18. Recibo la ayuda que necesito del departamento de ventas.									
19. Recibo la ayuda que necesito del departamento de circulación.									
20. ¿Conoce usted el aporte que le hace a la empresa con su trabajo?									
21. En el trabajo, ¿sus opiniones cuentan?									
22. ¿Considera que recibe un justo reconocimiento de su labor, de parte de sus compañeros y jefes?									
23. La Empresa le facilita compaginar la Vida profesional con la Personal y Familiar.									
24. Existe igualdad en la aplicación de normas y políticas de la empresa.									
25. Se siente integrado en la empresa.									
26. Considera usted que sus ideas son escuchadas por sus jefes y superiores.									

Fuente: Pasante

Fuente: Pasante

- **Enviar boletines informativos**

El boletín informativo es considerado una de las herramientas comunicativas más usadas en las compañías para mantener informados a los empleados. Lo bueno de su implementación en su versatilidad a la hora de crearlo pues van a variar según la creatividad de la persona que lo diseñe. En este caso el diseño que cree para el boletín se tuvo en cuenta los colores empresariales.

Programa: Photoshop

Tamaño: 93

Letra: Myriad Pro

Tamaño: 13 pt

Título

Letra: SavoyeLet

Nombre del boletín: Actualidad Pilonera

Información que contiene:

Debe estar dividido por 4 secciones.

1: Noticias internas: esta sección está dedicada a invitación de eventos, capacitaciones, cursos, foros, agradecimientos.

2: Laboral: se incluyen noticias relacionada con leyes que hayan salido en el ámbito laboral.

3: Salud: Tips para mejorar la salud en el trabajo.

4: Felicidades: Esta sección está dedicada a los cumpleaños de los empleados.

Circulación: el boletín se hará por lo menos una vez al mes, antes de su circulación debe ser revisado por el o la jefe de redacción encargada, se enviara vía virtual y se posteara en la cartelera empresarial.

Para tener en cuenta

Cuando son meses que tienen fechas especiales, se deben enviar mínimo dos boletines informativos, con un mensaje refiriéndose a la fecha especial, este deberá ir ubicado en las noticias internas. El resto del cuerpo no cambia.

Impresión

Se imprime un modelo para pegar en cartelera, en dos hojas de papel porque se tamaño en muy grande y para su mejor apreciación.

Fotografía 1. Boletín 1

EL PILÓN

ES LO NUESTRO

Noticias internas



No te lo pierdas

Amigos periodistas: la empresa minera Prodeco realizará en Valledupar el segundo foro de minería, el día 29 de agosto en el hotel Sonesta a partir de las 8:00 de la mañana a 4:00 de la tarde. Si está interesado por favor confirme su asistencia en el correo

comunicaciones.externas@prodeco.com.co

Laboral

Porvenir muestra una nueva opción de retirar las cesantías de manera virtual en su página web. Ofreciéndole a través de las zonas transaccionales para afiliados y empleador, un nuevo beneficio que le ofrece porvenir el fondo de pensiones y cesantías. Si está interesado en conocer más acerca de la tramitología no olvide ingresar a este enlace.



<https://www.porvenir.com>

Salud

Mejoremos la salud de la espalda

Estudios han revelado que el estar sentado por mucho tiempo provoca rigidez en las caderas, glúteos y que tiene impacto negativo en la circulación, en el corazón e incluso puede disminuir la función cerebral.

Siga estas recomendaciones para evitar daños futuros

- Debe asegurarse de no permanecer quieto en la misma posición por largos periodos de tiempo.
- Levántese de la silla cada 30 minutos y camine un poco, ya sea para recoger documentos, ir al baño, llenar su termo de agua o hacer unos breves estiramientos.
- Estire un poco su cuerpo, recuéstese hacia atrás, rote los hombros hacia atrás para aliviar la tensión de estar encorvado.
- La postura es muy importante. Asegúrese que sus piernas estén en una posición de 90 grados así como sus codos en relación al teclado. De igual forma, sus ojos debes estar al mismo nivel que el tope de su monitor.

Felicidades

Yarelis Sierra Orozco	5
Álvaro Pinto Nieves	8
Carmen Martínez Acuña	13
Renzo Silva Vélez	16



Fuente: Pasante

Fotografía 2. Boletín 2



FELIZ NAVIDAD

La llegada de la Navidad, este pasajero momento del año, que nos invita a regresar a nuestra cuna, a nuestras raíces y desde ahí, desde lo más auténtico de nuestros corazones, nos invita a pensar en qué hemos hecho, de dónde venimos y para dónde vamos. Nos permite analizar el cumplimiento de nuestras metas, nuestros avances y especialmente todo lo que aún nos falta por hacer. La Navidad es una celebración que debe servir para unir más a las personas. La unión que ronda en esos momentos debe ser el motivo principal para sentirnos felices no solo porque estamos contentos de reconciliarnos con nosotros mismos al hacernos los mejores preparados para cambiar y vivir en completa armonía. Comunicaciones Integrales desea para todos una bonita noche de Navidad, acompañados de las personas que más aman y que reciban muchas bendiciones.

LABORAL

AUXILIO DE CESANTÍAS

1. ¿Qué es el auxilio de cesantías?
El auxilio de cesantías es una prestación social que se encuentra a cargo del empleador, que consiste en el pago al trabajador, de un mes de salario por cada año de servicios prestados y proporcionalmente por fracción de año.
2. ¿Quién tiene derecho a percibir el auxilio de cesantías?
Como toda prestación social, tiene derecho a percibir este auxilio, todo trabajador y se deberá liquidar desde el primer hasta el último día de trabajo.
3. ¿Cuándo se debe pagar el auxilio de cesantías?
El auxilio de cesantía es una prestación social que el empleador deberá pagar al trabajador, a la terminación del contrato de trabajo y tiene precisamente la finalidad de cubrir un periodo que el trabajador pueda quedar cesante.

TIPS DE SALUD

Si vas a estar frente al PC, siéntate bien

Actualmente no hay quien no esté por lo menos un par de horas al día frente al computador. Es por esto que hay que tener mucho cuidado con la postura que adoptamos mientras trabajamos debido a que la falta de equilibrio vertebral es lo que genera los dolores de columna, brazos, piernas y por supuesto los dolores de cabeza.

Lo ideal es tener toda la espalda apoyada en el respaldo, los hombros atrás, los brazos y manos apoyados en almohadillas, de modo que queden firmes y a la altura del pecho. Las piernas tienen que estar separadas y, en lo posible, los pies levantados unos 15 centímetros.

También es importante respirar inflando el abdomen y tomar suficiente agua.

Es saludable que cada tanto se estiren los brazos formando círculos con los dedos, tratando de estirar bien los dos extremos.

CUMPLEAÑOS

LUIS QUINTERO	2
TOMÁS CÓRDOBA	15
YAIR MOLINA	17
ANDREINA BANDERAS	25
JOAQUÍN RAMÍREZ	28



Comunicaciones Integrales también felicita a los periodistas que fueron galardonados con la Sirena Vallenata en los Premios de Periodismo organizados por el CPV.

Merlín Duarte: Mejor Periodista Joven
Jaider Santana: Mejor Reportero Gráfico
Carlos Mario Jiménez: Mejor trabajo de Prensa Escrita
Ana María Ferrer: Periodista del Año 2015

Fuente: Pasante

Actualizar las carteleras con información de interés

Las carteleras informativas son otro recurso que utilizan las empresas para mantener informados a sus empleados, en el caso de la empresa estudio, este recurso no era utilizado de forma adecuada. Pero lo importante de destacar es su fácil actualización, que las mantiene en movimiento constante.

Pero una de las cosas que influye para su éxito es donde se encuentre ubicada y si la empresa es grande se necesita al menos una por piso, ubicadas en un sitio estratégico.

En el caso de Comunicaciones Integrales se encontraba ubicada en el primer piso cerca de tres áreas, como lo son el Departamento de ventas, diagramación y redacción.

A esto le agregamos que la cartelera debe verse llamativa para atraer al público, su diseño debe ser impactante, se podría tener en cuenta la celebración de las fechas especiales.

El contenido que la cartelera lleva, es toda la información recopilada que debía ser comunicada a los empleados y que saliera de la oficina de Recursos Humanos o Gerencia.

Fotografía 3. Invitación a capacitación

Primeros auxilios

¿Qué son los primeros auxilios?

Son medidas terapéuticas urgentes que se aplican a las víctimas de accidentes o enfermedades repentinas hasta disponer de tratamiento especializado y varían según las necesidades de la víctima y según los conocimientos del socorrista.



Invita Oficina de Recursos Humanos y Gerencia

Nadie está exento de sufrir un accidente por eso te invitamos este 29 de octubre a que te capacites para ayudar a salvar una vida.

Hora: 7:30 am

Lugar: Sala de redacción

!No faltes contamos con tu presencia!

¿Para que sirven?

- Conservar la vida.
- Evitar complicaciones tanto como física como psicológicas.
- Ayudar a la recuperación de la víctima.
- Asegurar el traslado de la víctima a un centro de asistencia.



Fuente: Pasante

Los diferentes diseños que se hicieron para invitar a los empleados a cualquier actividad se hicieron en el programa Power Point, con imágenes vectorizadas buscadas en internet.

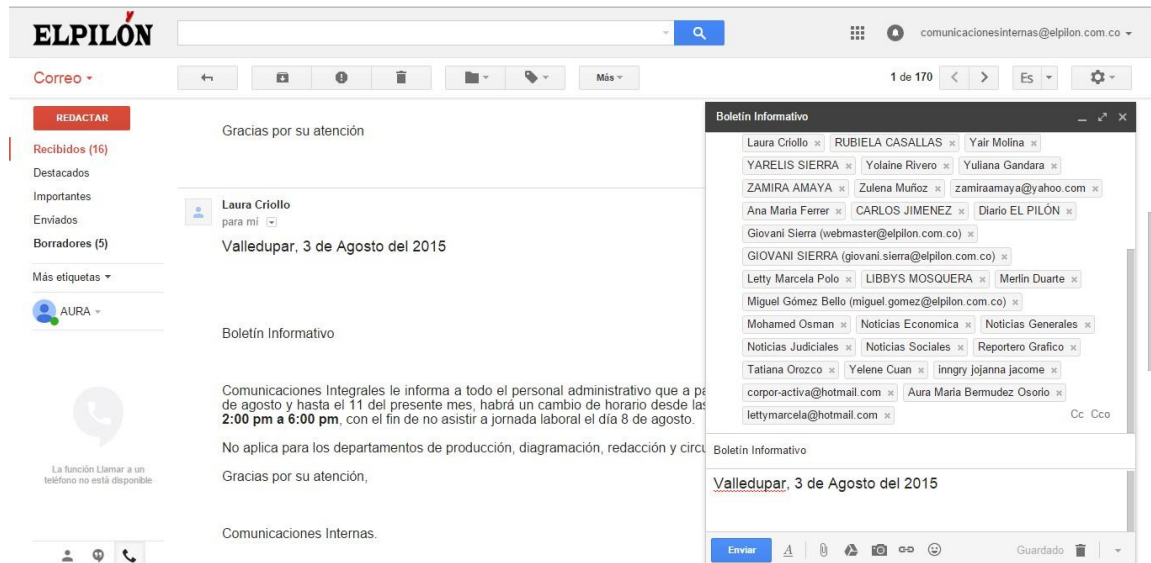
• **Incentivar a los funcionarios a que hagan uso del correo empresarial**

La empresa Comunicaciones Integrales cuenta con un correo empresarial, pero no todos los empleados hacen uso de este. Solo las áreas de Redacción, Diagramación, Gerencia, y Recursos Humanos, hacen uso diariamente de este por lo que se creó la propuesta que toda la información que saliera de cualquiera de las dependencias y que se le quisiera informar a los empleados se mandara a los correos para incentivarlos a su uso.

Se envían circulares, boletines, mensajes positivos, felicitaciones, invitación a reuniones y actividades.

Para la conformación del Comité Paritario de Seguridad y Salud en el Trabajo o COPASST, se realizó las elecciones vía virtual con el apoyo del correo institucional.

Fotografía 4. Uso del correo



Fuente: Pasante

Circulares

Para enviar las circulares, se creó una hoja membretada con el logo de la empresa, razón social y nit.

Circular

Valledupar 16 de diciembre del 2015

Cordial saludo

Buenas tardes, les deseamos una feliz navidad en nombre de la Administración. Les queremos informar teniendo en cuenta las fiestas decembrinas que el Área de Redacción suspenderá labores, los días 24, 25 y 31 de diciembre. Esto significa que el periódico no circulará al público, los días 25 y 26 del presente mes y el 1 de enero del 2016.

Referente a las demás dependencias, se trabajará las jornadas normales teniendo en cuenta, que los días 24 y 31 se laborarán medio día y se retomarán labores el 26 de diciembre, en jornada normal de trabajo.

Atentamente:

Oficina de Recursos Humanos y Comunicaciones Internas

Fuente: Pasante

- **Programar capacitaciones al menos una vez al mes**

El éxito de las empresas depende del talento humano y ellos deben trabajar en sincronía para obtener excelentes resultados, de ahí la importancia de capacitar al personal una vez al mes, para acelerar y mejorar los procesos, reafirmando a ellos que la empresa se preocupa porque ellos aprendan a enfrentar nuevos retos.

Capacitación como ser un buen líder

El liderazgo siempre va a influenciar en las compañías de forma positiva y hasta negativa si la persona que gerencia la empresa no tiene clara sus metas. Por lo que es importante saber qué hace un líder para el desarrollo no solo económico sino para un mejoramiento del clima laboral en la entidad.

Se realizó esta capacitación con el fin de generar más confianza en las cualidades que tiene cada persona, y la importancia de trabajar en equipo.

Se tocaron puntos claves como: ¿puedo ser yo un buen líder?, ¿Cómo identifico un buen líder?, ¿Qué característica debe tener un buen líder?

Fotografía 5. Capacitación como ser un buen líder



Fuente: Pasante

Fotografía 6. Capacitación como ser un buen líder



Fuente: Pasante

Capacitación Banco de Occidente

La entidad financiera Banco de Occidente, se dirigió a las instalaciones de la compañía para ofrecer sus productos y servicios a los empleados. Especialmente como podían ellos acceder un crédito y cuáles eran los requisitos. Y la nueva forma de financiar su vivienda por medio del banco.

Fotografía 7. Capacitación Banco de occidente



Fuente: Pasante

Capacitación Riesgos Laborales

Se llevó a cabo para el personal del área de producción, porque son los empleados que están expuestos a mayores riesgos por la utilización de químicos, maquinaria y radiación. Con el fin de sensibilizar, educar y concienciar a los trabajadores para evitar lesiones personales, daños al medio ambiente y mantener un entorno laboral seguro.

Otro punto que se tuvo en cuenta para llevar a cabo esta capacitación fue para cumplir con el marco legal, Sistema de Gestión, Seguridad, Salud en el trabajo (SG-SST).

Fotografía 8. Capacitación riesgos laborales



Fuente: Pasante

Fotografía 9. Capacitación riesgos laborales



Fuente: Pasante

Capacitación Distribuidores

Los distribuidores son las personas que se encargan de distribuir los periódicos, se les capacita con el fin de enseñarlos a ofrecer el nuevo producto que se le anexo al periódico. De ellos también depende si aumentan o disminuyen las ventas, por lo que es importante darles un espacio a ellos para escuchar sugerencias y resolver algunas dudas.

Fotografía 10. Capacitación distribuidores



Fuente: Pasante

Fotografía 11. Capacitación distribuidores



Fuente: Pasante

Jornada de donación de sangre

Anualmente el banco de donación el Homocentro y Unidad de Aféresis Valledupar (HUAV), visita las instalaciones de la empresa para que los empleados hagan sus respectivas donaciones. Teniendo en cuenta que la HUAV es una de las compañías que surte de sangre a Valledupar. Estas jornada de donación también se hacen para que las personas se concienticen de lo importante que es donar sangre y que haciendolo pueden salvar una vida.

Fotografía 12. Jornada donación de sangre



Fuente: Pasante

Fotografía 13. Jornada donación de sangre



Fuente: Pasante

Capacitación Primeros Auxilios

Los primeros auxilios son las medidas de apoyo que se utilizan en caso de alguna emergencia, ya sea víctima de un accidente o enfermedades repentinas, que permiten alargar la vida de la persona. Como nadie está exento a sufrir una lesión, capacitamos a los empleados para que aprendieran actuar si se llegara a presentar alguna situación fuera que pusiera en riesgo la vida de una persona.

Fotografía 14. Capacitación primeros auxilios



Fuente: Pasante

Fotografía 15. Capacitación primeros auxilios



Fuente: Pasante

Brigada de Salud

La salud constituye uno de los pilares fundamental para el funcionamiento del cuerpo del ser humano y si esta no está en buenas condiciones va a disminuir su rendimiento. Por es necesario incentivar desde las empresas a que los empleados se estén haciendo chequeos médicos semestrales para evitar riesgos. Para está actividad nos acompañó la empresa Asistencia Médica Inmediata (AMI), quienes ofrecen un servicio de asistencia médica prehospitalaria, quienes manejan el concepto de médico en casa, con su propia unidad móvil de cuidados intensivos.

Fotografía 16. Brigada de salud



Fuente: Pasante

Fotografía 17. Brigada de salud



Fuente: Pasante

Visita constructora

La Constructora Quintero, estuvo en las instalaciones de la empresa, con el fin de ofrecer diferentes oportunidades para adquirir viviendas en la ciudad, con programas de interés social por parte del Gobierno.

Fotografía 18. Visita constructora



Fuente: Pasante

Fotografía 19. Visita constructora



Fuente: Pasante

Actividad Deportiva

Implementar este tipo de actividades en las empresas va a tener como resultado esa motivación que en muchas ocasiones falta, la recreación es una actividad humana importante porque, tanto trabajo genera estrés, cansancio, desmotivación y otros problemas que van relacionado con la interacción con otras personas, esto ayudará a conocer con quien trabajo y aprender de él. Este tipo de recreación se está incluyendo como una obligación que tienen las empresas para mejorar el clima laboral.

Fotografía 20. Actividad deportiva



Fuente: Pasante

Fotografía 21. Actividad deportiva



Fuente: Pasante

Jornada de Limpieza

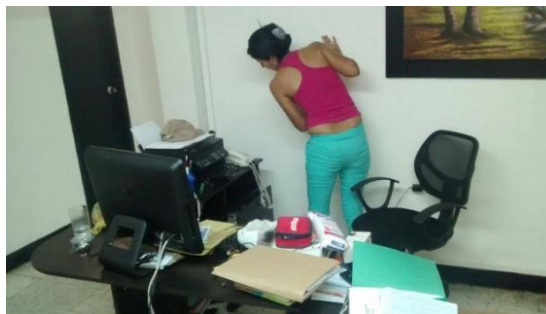
Es importante mantener el orden y la limpieza en el sitio de trabajo, porque es el lugar donde pasamos mayor tiempo, y que el lugar de trabajo se encuentra sucio va generar desmotivación a la hora de trabajar, mantenerlo ordenado va generar calidad en el ambiente y las personas van a tener mayor disposición de trabajo.

Fotografía 22. Jornada de limpieza



Fuente: Pasante

Fotografía 23. Jornada de limpieza



Fuente: Pasante

- **Celebración de las fechas especiales**

Los empleados siempre van a ser el motor con el que las empresas se sostienen, por eso es importante que ellos se sientan que se les está tomando en cuenta y que no solo la empresa quiere ellos produzcan sino que también esta quiere abrirles un espacio donde puedan disfrutar de la celebración de las fechas especiales. Se recomienda que todos deban estar presentes en las celebraciones para unir más a los empleados para mejorar su rendimiento.

Fotografía 24. Día del asesor comercial



Fuente: Pasante

Cumpleaños

Fotografía 25. Celebración cumpleaños



Fuente: Pasante

Fotografía 26. Celebración cumpleaños



Fuente: Pasante

Fotografía 27. Celebración amor y amistad



Fuente: Pasante

Fotografía 28. Celebración amor y amistad



Fuente: Pasante

- **Conformación del Comité Paritario de Seguridad y Salud**

El Comité Paritario de Salud Ocupacional es el organismo encargado de vigilar y promocionar las normas, reglamentos y demás disposiciones que tengan que ver con la Salud Ocupacional y Seguridad dentro de la empresa. Su principal finalidad es buscar la reducción de los riesgos que se puedan presentar durante las actividades realizadas dentro de la empresa.

Fotografía 29. Elección Copasst

Elecciones del COPASO

Requerimos que por vía virtual todos voten, el día lunes se cerraran las elecciones.



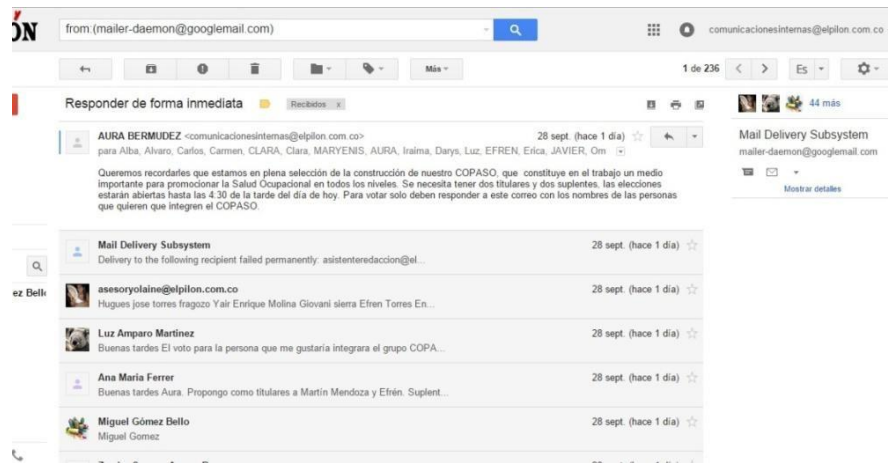
Fuente: Pasante

Fotografía 30. Reunión Copasst



Fuente: Pasante

Fotografía 31. Votaciones Copasst



Fuente: Pasante

4. DIAGNÓSTICO FINAL

Los propósitos que se plantearon al inicio de la pasantía se cumplieron con éxito, porque dejó organizada la comunicación interna, que a pesar que es un ente dedicado a la prensa escrita en su interior no era funcional, se estableció un plan de capacitación mensual en cumplimiento a la ley 1562 de Riesgos laborales, de la misma manera el programa de recreación y deporte, actualización del compasst anteriormente copaso, carteleras y rutas informativas como circulares y boletines internos, sobre cambios y planes de trabajos para los miembros de la organización, de igual forma les dejó el presente Plan de Trabajo para que le den continuidad a estos logros. Con la implementación de estas estrategias el clima laboral mejoró considerablemente y empezó a fluir la información de forma adecuada.

En la organización dejó un estudio basado en las falencias de la comunicación interna que se maneja al interior de la empresa y por medio de las estrategias implementadas como pueden llegar a mejorar este flujo que es importante para llegar al éxito de la misma sin tener pérdidas.

5. CONCLUSIONES

- El uso de una herramienta analítica como lo es la Matriz DOFA, permitió diseñar una encuesta de clima laboral, para hacer un seguimiento de forma semestral de cómo marcha la organización. Se tuvo en cuenta los resultados que dieron de estudios pasados y los resultados que dio la matriz DOFA, que se realizó en este proyecto. Teniendo en cuenta que hace menos de un año no se realizaban este tipo de estudio, para medir la satisfacción de los empleados. En el formato de encuesta se encuentra una casilla en blanco, por si los empleados desean escribir algunas observaciones. Se planteó hacerla cada seis meses, para que los directivos sepan cómo ha ido evolucionando la empresa, para poder más adelante hacer un estudio donde se puedan comparar los resultados. Las empresas que han ganado el éxito y que sus empleados trabajan en equipo utilizan esta herramienta como apoyo para saber cuáles son las dudas o inconformidades que tienen las personas que están dentro de la organización. Debido a que la empresa está pasando por un mal momento económico, esta es una estrategia que ayudara a identificar cuáles son las dudas que tienen los empleados referente a la situación actual que vive la empresa y que esta quizás sea alguna de las causas por la que el clima laboral este un poco debilitada.
- La comunicación que se crea al interior de la Empresa Comunicaciones Integrales, presenta falencia en los flujos de comunicación, porque esta ha sido asumida por profesionales que tienen habilidades, más no el conocimiento que tiene una persona profesional en la comunicación. Partiendo de las debilidades que tenía este campo, se han venido realizando diagnósticos que permitan concluir cual es la verdadera situación de las comunicaciones internas de la compañía, para proponer soluciones estrategias mejorando las fallas que están dañando los diferentes flujos de comunicación entre, empleador, empleado y empleado, empleador. fortalecer las comunicaciones internas en cualquier empresa siempre va dar resultados positivos, pero si no se hace el uso adecuado de estas, la verdad es que van a terminar afectando negativamente el clima laboral. El no utilizarlas va crear desinformación y desinterés entre los empleados de la organización, lo cual va afectar en el desempeño laboral de toda la organización dejando por el suelo las metas trazadas, y quizás no estén teniendo en cuenta que esta labor de saber cómo implementar las estrategias de comunicación, la debe hacer una persona especializada en el tema, y así evitar cambios del personas en poco tiempo. Lo ideal es planear unas políticas solidas donde los empleados reciban todas la información necesitaría para generar comodidad y que esta no solo se quede en la gerencia y los jefes de las dependencia. En la empresa estudio se logró fortalecer la comunicación interna e integral, con la implementación de canales comunicativos como lo es boletín informativo, capacitaciones, celebraciones de fechas especiales, circulares, actividades deportivas y mensajes positivos, para que los empleados sintieran que la organización también les preocupa su bienestar. Para llevar a cabo estas estrategias siempre se tuvo en cuenta que llegaran a cada uno de los empleados. Los resultados obtenidos en este punto fueron positivos, porque mejoro la comunicación en las diferentes áreas y se creó

la necesidad de información, en la nueva toma de decisiones. A parte de esto se figo un cronograma de capacitaciones por mes y actividades recreacionales.

- El formular un plan estratégico de comunicación interna llevara a un desarrollo de la misma con éxito y este plan de comunicación se convertirá en un instrumento clave para generar coherencia entre los mensajes transmitidos, para ello es necesario la ejecución de una sólida estructura de comunicación, que no responda sólo a situaciones coyunturales, sino que sea resultado de un trabajo profesional. El presente plan de trabajo, el cual quedara en poder de la Jefe de Recursos Humanos, como guía para la continuidad de este proceso donde los nuevos cambios ejecutados crearon un impacto positivo a los miembros de la organización.

6. RECOMENDACIONES

Mantener un estado óptimo en las comunicaciones internas de la compañía va a evitar pérdidas en ella, en este trabajo se presentaron estrategias de comunicación que sirven de apoyo para el cambio de la comunicación interna que se lleva a cabo en las instalaciones de la empresa Comunicaciones Integrales. Teniendo en cuenta la implementación de canales de información y el uso de estos mismos.

- Para saber que tan efectivo ha sido la implementación de esta estrategia, pasado un año, es necesario hacer un estudio donde muestren los resultados obtenidos, si la problemática inicial ha disminuido o aumentado. Si este genera un cambio positivo, se podría decir que se le debe gracias al fortalecimiento de las comunicaciones internas.
- El plan de trabajo presentado está sujeto a su mejoramiento continuo, por lo que su contenido puede ser fortalecido, a medida que pasa el tiempo y se descubran nuevos métodos de comunicación interna que permitan actuar con mayor precisión ante la problemática plateada.
- Si en la compañía existen personas que hacen difícil el flujo de la comunicación, se puede intentar involucrarlos a ellos en la búsqueda de soluciones de problemas, que hacen que haya una barrera para que la información no llegue a ellos.
- La persona que se encargue de ejecutar este plan de trabajo debe ser un comunicador social.

BIBLIOGRAFÍA

1. Mantener un equipo de personas enfocado en su trabajo y motivado para crecer con tu emprendimiento requiere de vías de comunicación permanentes.

Página web.

<http://www.buenosnegocios.com/notas/342-3-formas-comunicacion-interna-la-empresa>

2. Origen, evolución y objetivos de la comunicación interna.

Página web. <https://culturacomunicativa.wordpress.com/2011/05/11/origen-evolucion-y-objetivos-de-la-comunicacion-interna/>

3. Teoría de la comunicación humana, de Paul Watzlawick

Página web. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199518706028>

4. Comunicación interna, Francisca Morales

Página web.

<https://utncomunicacionprofesional.files.wordpress.com/2012/04/comunicacion-interna.pdf>

5. Gestionar los procesos comunicativos, implica considerar los ámbitos y niveles de procesos que se dan dentro del sistema organizacional.

Página web. <http://www.monografias.com/trabajos98/comunicacion-organizacional-origen-y-evolucion/comunicacion-organizacional-origen-y-evolucion2.shtml#ixzz3ws9sNURg>

6. La Comunicación al interior de las organizaciones: un factor clave para su desarrollo estratégico.

Página web. <http://www.rppnet.com.ar/comunicacion%20interna.htm>

7. Responsabilidad de los medios de comunicación

Página web. <http://html.rincondelvago.com/responsabilidad-social-de-medios-de-comunicacion.html>

8. Norma Técnica Colombiana

Página web. <http://www.uniagustiniana.edu.co/images/sicu/ISO-9001-2008-ICONTEC.pdf>

ANEXOS

Anexo 1. Formato circular

Valledupar 16 de diciembre del 2015

Cordial saludo

Buenas tardes, les deseamos una feliz navidad en nombre de la Administración. Les queremos informar teniendo en cuenta las fiestas decembrinas que el Área de Redacción suspenderá labores, los días 24, 25 y 31 de diciembre. Esto significa que el periódico no circulará al público, los días 25 y 26 del presente mes y el 1 de enero del 2016.

Referente a las demás dependencias, se trabajara las jornadas normales teniendo en cuenta, que los días 24 y 31 se laboraran medio día y se retomaran labores el 26 de diciembre, en jornada normal de trabajo.

Atentamente:
Oficina de Recursos Humanos y Comunicaciones Internas

Fuente: Pasante

Anexo 2. Formato encuesta

NOMBRE PERSONA A CARGO _____ FECHA _____

Encuesta Clima Laboral					
Pregunta			Bueno	MALO	OBSERVACIONES
	SI	NO			
1. Al ingresar a la empresa le fueron informados los objetivos y políticas de la misma.					
2. Son delegadas claramente responsabilidades al interior del grupo de trabajo.					
3. Encuentra apoyo y confianza para el desarrollo de sus actividades en sus superiores.					
4. Son buenas las relaciones con sus compañeros de trabajo.					
5. Los valores de la compañía son comprendidos y compartidos por los empleados.					
6. Las reglas y regulaciones de la empresa son siempre cumplidas al pie de la letra por la Dirección.					
7. Le brindan las herramientas necesarias para optimizar su trabajo.					
8. Para realizar su trabajo el tiempo es suficiente.					
9. La información de interés es comunicada oportunamente.					
10. El trabajo que realiza satisface sus necesidades económicas, de ascensos y de aprendizaje.					
11. En general, ¿cómo califica el clima laboral en esta compañía.					
12. Tengo la cooperación y el apoyo de mis colegas de departamento.					
13. Tengo la cooperación y el apoyo de personas de otros departamentos.					
14. La Dirección alienta a que los empleados trabajen en equipo.					
15. ¿Cree que Usted y sus compañeros están unidos y se llevan bien?					
16. Recibo la ayuda que necesito del departamento de RRHH.					

17. Recibo la ayuda que necesito del departamento Financiero.					
18. Recibo la ayuda que necesito del departamento de ventas.					
19. Recibo la ayuda que necesito del departamento de circulación.					
20. ¿Conoce usted el aporte que le hace a la empresa con su trabajo?					
21. En el trabajo, ¿sus opiniones cuentan?					
22. ¿Considera que recibe un justo reconocimiento de su labor, de parte de sus compañeros y jefes?					
23. La Empresa le facilita compaginar la Vida profesional con la Personal y Familiar.					
24. Existe igualdad en la aplicación de normas y políticas de la empresa.					
25. Se siente integrado en la empresa.					
26. Considera usted que sus ideas son escuchadas por sus jefes y superiores.					

Fuente: Pasante