

	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	F-AC-DBL-007	10-04-2012	A
Dependencia		Aprobado		Pág.
DIVISIÓN DE BIBLIOTECA		SUBDIRECTOR ACADEMICO		1(78)

RESUMEN - TESIS DE GRADO

AUTORES	YINNETH KARINA CARRASCAL LÓPEZ		
FACULTAD	DE EDUCACIÓN ARTES Y HUMANIDADES		
PLAN DE ESTUDIOS	COMUNICACIÓN SOCIAL		
DIRECTOR	LINA MARÍA ARÉVALO ANGARITA		
TÍTULO DE LA TESIS	DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA EL CONSORCIO PROYECCIÓN VIAL PUERTO SALGAR - SEDE BOGOTÁ		
RESUMEN (70 palabras aproximadamente)			
<p>EL TRABAJO “DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA EL CONSORCIO PROYECCIÓN VIAL PUERTO SALGAR - SEDE BOGOTÁ.” PERMITIÓ FORTALECER LA COMUNICACIÓN INTERNA DE LA ORGANIZACIÓN, MEDIANTE LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA COMUNICATIVA DISEÑADA PARA EL CONSORCIO. LOS RESULTADOS OBTENIDOS FUERON SATISFACTORIOS, SE LOGRÓ CUMPLIR CON LO ESTABLECIDO INICIALMENTE EN EL PLAN DE TRABAJO.</p>			
CARACTERÍSTICAS			
PÁGINAS: 78	PLANOS:	ILUSTRACIONES: 8	CD-ROM: 1



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



DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN
INTERNA PARA EL CONSORCIO PROYECCIÓN VIAL PUERTO SALGAR - SEDE
BOGOTÁ

AUTOR
YINNETH KARINA CARRASCAL LÓPEZ

Trabajo de grado bajo la modalidad de pasantías, presentado como requisito para obtener el
Título de Comunicadora Social

Director
LINA MARÍA ARÉVALO ANGARITA
Comunicadora Social

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

Ocaña, Colombia

Agosto del 2016

Índice

Capítulo 1. Diseño e implementación de una estrategia de comunicación interna para el Consorcio Proyección Vial Puerto Salgar – sede Bogotá	1
1.1 Descripción breve de la empresa	1
1.1.1 Misión	2
1.1.2 Visión.....	3
1.1.3 Objetivos de la empresa	3
1.1.4 Descripción de la estructura organizacional	4
1.1.5 Descripción de la dependencia y/o proyecto al que fue asignado	5
1.2 Diagnóstico inicial de la dependencia asignada.....	6
1.2.1 Planteamiento del problema.....	7
1.3 Objetivos de la pasantía	9
1.3.1 Objetivo General.....	9
1.3.2 Objetivo Específicos.....	9
1.4 Descripción de las actividades a desarrollar en la misma.....	9
Capítulo 2. Enfoques referenciales.....	10
2.1 Enfoque conceptual.....	10
2.2 Enfoque legal	13
Capítulo 3. Informe de cumplimiento de trabajo	15
3.1 Presentación De Resultados.....	15
3.1.1 Diagnosticar la situación actual de la comunicación interna del Consorcio PVPS.	15
3.1.2 Diseñar una estrategia de comunicación interna que permita fortalecer el proceso comunicativo del CPVPS.....	21
3.1.3 Implementar la estrategia de comunicación interna en el CPVPS.....	33
Capítulo 4. Diagnóstico final.....	34
Capítulo 5. Conclusiones	35
Capítulo 6. Recomendaciones	36
Referencias	37

LISTA DE APÉNDICES

Apéndice A. Entrevista estructurada a los empleados del CPVPS.	39
Apéndice B. Galería fotográfica aplicación de entrevista a trabajadores del CPVPS	40
Apéndice C. Diseño estructural de la cartelera informativa.....	41
Apéndice D. Actualización de las diapositivas online del Consorcio y asesoría en el diseño de páginas web.	41
Apéndice E. Diseño de piezas gráficas.....	44
Apéndice F. Creación de videos corporativos	59
Apéndice G. Realización y organización de actividades para fortalecer el clima organizacional.	61
Apéndice H. Capacitación de redacción y signos de puntuación	65
Apéndice I. Encuesta de satisfacción de la estrategia comunicativa	66

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Matriz DOFA de aspectos generales del CPVPS	6
Tabla 2. Plan de trabajo	9
Tabla 3. Matriz DOFA comunicación interna del CPVPS	20

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Organigrama Consorcio Proyección Vial Puerto Salgar.	5
Figura 2. ¿Existe un departamento o área de comunicaciones en la empresa?.....	15
Figura 3. ¿Recibe de manera oportuna la información que requiere en su trabajo?.....	16
Figura 4. ¿Existen oportunidades para dar a conocer sus ideas y compartir mejores prácticas de conocimientos dentro del área de trabajo?.....	16
Figura 5. ¿Existe buena comunicación y excelentes relaciones interpersonales entre los trabajadores de la empresa?	17
Figura 6. ¿Considera usted que existe una buena comunicación interna?	17
Figura 7. ¿Cuál es el medio de comunicación más utilizado en la ejecución de sus labores dentro de la empresa?.....	18
Figura 8. Usted se mantiene informado de los asuntos del Consorcio a través de:	18

Resumen

El trabajo “Diseño e implementación de una estrategia de comunicación interna para el Consorcio Proyección Vial Puerto Salgar - sede Bogotá.” permitió fortalecer la comunicación interna de la organización, mediante la implementación de una estrategia comunicativa diseñada para el Consorcio. Los resultados obtenidos fueron satisfactorios, se logró cumplir con lo establecido inicialmente en el plan de trabajo.

Introducción

El trabajo de grado presentado a continuación, bajo la modalidad de pasantía, tuvo como objetivo principal, “Diseñar e implementar una estrategia comunicativa que permita fortalecer la comunicación interna en el Consorcio Proyección Vial Puerto Salgar”.

Con el fin de dar cumplimiento a este objetivo se realizó el diagnóstico de la situación actual de la comunicación interna de la empresa y una encuesta estructurada al personal del consorcio; permitiendo conocer los modelos de comunicación existentes y su eficiencia.

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

Capítulo 1. Diseño e implementación de una estrategia de comunicación interna para el Consorcio Proyección Vial Puerto Salgar – sede Bogotá

1.1 Descripción breve de la empresa

El CPVPS es el resultado de la unión de una empresa chilena y una colombiana para desarrollar la interventoría a la Concesión vial de la Ruta del Sol sector 2.

R&Q Ingeniería es una compañía Chilena que desde 1977 ha construido una sólida reputación, gracias a su participación en importantes proyectos de inversión pública y privada en nuestro país y en el extranjero. El amplio desarrollo de sus equipos les permitió ingresar en la inspección de importantes obras viales y luego en los innovadores planes de concesiones de infraestructura. Posteriormente R&Q incorporó en proyectos de minería, permitiendo diversificar sus servicios.

SERVINC es una compañía Colombiana fundada en el año de 1993, que ha ejecutado un gran número de proyectos de consultoría, entre los que destacan los de interventoría y en especial los de concesión. En la historia ha realizado la interventoría a 8 concesiones de carreteras, acueducto, alcantarillado y residuos sólidos en Colombia.

Estas dos compañías, buscando aprovechar las fortalezas de cada una, se unieron a través de un consorcio en el año 2011 para presentar oferta y ejecutar la interventoría al Contrato 01 de 2010, la Concesión del Sector 2 de la Ruta del Sol.

El propósito principal de este consorcio es cumplir cabalmente las obligaciones establecidas en el contrato suscrito con la Agencia Nacional de Infraestructura (ANI). Asimismo, es fundamental para las empresas socias ser reconocidas por la ANI y el mercado como la mejor opción para la ejecución de proyectos de esta magnitud y alcance.

El CPVPS es el encargado de realizar la Interventoría para la Agencia Nacional de Infraestructura (ANI) del Proyecto Ruta del Sol Sector 2, comprendido entre (Puerto Salgar - Cundinamarca y San Roque - César) y por la Transversal (Río de Oro - Agua Clara – Gamarra), a cargo de la Concesionaria Ruta del Sol S.A.S. (Consortio Proyección Vial Puerto Salgar [CPVPS], 2015)

1.1.1 Misión

El CPVPS, es una organización dedicada a la interventoría integral técnica, financiera, contable, jurídica, medioambiental, social, predial, administrativa, de seguros, operativa y mantenimiento del proyecto de concesión vial Ruta del sol sector 2.

La organización se fundamenta en los principios de la gestión de la calidad, control, transparencia, seguimiento y mejora en la ejecución del proyecto. Encaminando los esfuerzos en implementar y mantener el Sistema de gestión integral en calidad, riesgos laborales, salud ocupacional, medio ambiente y niveles tecnológicos apropiados que garanticen la satisfacción de los clientes, mediante el cumplimiento de sus requerimientos. (CPVPS, 2015)

1.1.2 Visión

El Consorcio Proyección Vial Puerto Salgar CPVPS, busca ser reconocido por la Agencia Nacional de Infraestructura (ANI) y por el mercado, como la mejor opción en la ejecución de proyectos de concesión vial; por la experiencia, cumplimiento de las obligaciones establecidas en el contrato y la agilidad en la ejecución de las actividades, resguardando los principios de la gestión en calidad, control, transparencia, seguimiento y mejora.

(CPVPS, 2015)

1.1.3 Objetivos de la empresa

- ✓ Cumplir los requisitos establecidos por los clientes.
- ✓ Ejecutar proyectos dentro de los criterios de calidad, cumplimiento de los requisitos del cliente en cuanto a plazos y costos.
- ✓ Intervenir mediante programas estructurados los riesgos valorados como MEDIO y ALTO con el fin de prevenir potenciales accidentes y enfermedades laborales.
- ✓ Prevenir y controlar los riesgos Biomecánico, visual y respiratorio los cuales están expuestos los trabajadores.
- ✓ Disminuir las pérdidas económicas por daño a la propiedad.
- ✓ Manejar de forma integral los residuos sólidos generados en la empresa.
- ✓ Controlar las emisiones atmosféricas.
- ✓ Garantizar el compromiso de los colaboradores con el SIG.

(CPVPS, 2015)

1.1.4 Descripción de la estructura organizacional

Para garantizar el cumplimiento de su propósito y el logro de su visión a lo largo de la ejecución del Proyecto Ruta del Sol sector 2, cuenta con funcionarios, profesionales especialistas, proveedores especializados organizados de tal manera que permitan la consecución de los objetivos y metas del Consorcio. Soportada por una estructura organizacional que se divide en los siguientes niveles:

- ✓ Dirección: Compuesto por Dirección general, en donde se establece y se lidera la ejecución del plan estratégico.
- ✓ Subdirección: Compuesto por subdirección financiera, operación y mantenimiento; áreas técnica, jurídica, administrativa, predial, social y ambiental, las cuales a través de los jefes de áreas establecidos se encadenan y promueven el plan estratégico.
- ✓ Administrativo: Conformado por el área jurídico-administrativa, se encarga de fomentar los principios, rectores de vigilancia, control, legalidad y transparencia durante la ejecución del proyecto.
- ✓ Operativo: Conformado por funcionarios, profesionales, especialistas y proveedores, encargados de implantar y ejecutar las actividades a partir de los lineamientos de la Dirección y de los principios de vigilancia y control en la ejecución del proyecto Ruta del sol - sector 2, a partir del contrato firmado por la ANI. (CPVPS, 2015).

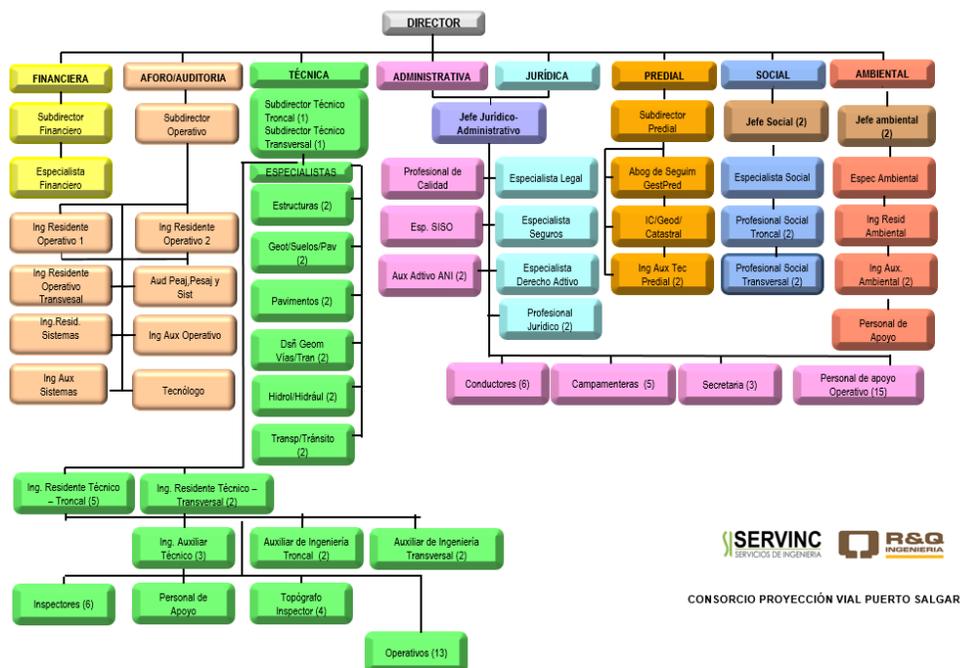


Figura 1. Organigrama Consorcio Proyección Vial Puerto Salgar. Representación gráfica del organigrama de la organización. Adaptado de CPVPS, 2015.

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

El consorcio Proyección Vial Puerto es el encargado de realizar la interventoría para la Agencia Nacional de Infraestructura (ANI) del Proyecto Ruta del Sol Sector 2, comprendido entre Puerto Salgar (Cundinamarca) y San Roque (César) y por la Transversal (Río de Oro - Agua Clara - Gamarra), a cargo de la Concesionaria Ruta del Sol S.A.S. (CPVPS, 2015)

En el Consorcio Proyección Vial Puerto Salgar - sede Bogotá, no existe un área específica de comunicaciones, pero diariamente se ejecutan procesos comunicativos para mantener informados a los trabajadores del consorcio; por medio de la intranet, cartelera informativa y reuniones periódicas.

En el ámbito social se hace seguimiento al Plan de Compensaciones socioeconómicas, Plan Social Básico y al trámite que da el Concesionario a las peticiones, quejas, reclamos y solicitudes (PQRS) de las comunidades con respecto al manejo social del proyecto, con el fin de garantizar la adecuada atención a los usuarios.

1.2 Diagnóstico inicial de la dependencia asignada

La importancia de hacer un diagnóstico situacional, radica en la necesidad de identificar los modelos de comunicación existentes, los medios utilizados y su eficiencia.

Es importante resaltar que todo proceso antes de implementarse y mejorarse necesita ser evaluado y analizado. Teniendo en cuenta que una adecuada comunicación interna reduce la conflictividad, mejora el clima organizacional y contribuye a alcanzar los objetivos de la empresa.

Para analizar la situación actual de la comunicación interna del Consorcio Proyección Vial Puerto Salgar - sede Bogotá, se realizará un análisis a través de la herramienta matriz DOFA, que determinará las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades; encontradas dentro del Consorcio. El resultado ayudará en la identificación de las necesidades básicas de la organización y será usada como base para el diseño de una estrategia comunicativa que permitirá fortalecer la comunicación interna de la empresa.

Tabla 1.

Matriz DOFA de aspectos generales del CPVPS

DEBILIDADES	FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
1. Los medios de información implementados no son usados eficientemente.	1. El CPVPS cuenta con personal idóneo para realizar su trabajo.	1. El consorcio cuenta con las instalaciones y recursos necesarios para implementar una estrategia de comunicación interna.	1. Desinformación a nivel general.
2. El clima organizacional no es el adecuado en todas las áreas.	2. Herramientas y equipos apropiados.	2. Posibilidad de hacer sugerencias y aplicar estrategias comunicativas.	2. El CPVPS no busca promocionarse.
3. No existe el área de comunicaciones.	3. Instalaciones adecuadas.		
4. Desactualización de la página web del CPVPS.	4. Capacitación constante a los empleados.		
	5. Trabajo en equipo		

Nota. Pasante de Comunicación Social.

1.2.1 Planteamiento del problema

El Consorcio Proyección Vial Puerto Salgar es la entidad interventora del proyecto Ruta del Sol Sector 2. Actualmente se encuentra certificada con las normas ISO 9001; Sistemas de Gestión de Calidad, ISO 14001; Prevención de Riesgos Laborales; Sistemas de Gestión Ambiental y OSHAS 18001; por esta razón los procesos de comunicación interna cumplen un papel fundamental en la organización, ya que se necesita mantener informados a todos los colaboradores, sobre las diferentes actividades que se realizan al interior del Consorcio.

La empresa a pesar de estar certificada, presenta deficiencias en los medios de comunicación implementados. Las Carteleras informativas no siguen un lineamiento y a la vista son poco atractivas; El buzón de sugerencia del Copasst no es usado por los empleados y su ubicación no es estratégica; el clima organizacional no es el mejor en todas las áreas del Consorcio; la página web no se actualiza periódicamente y el correo corporativo es usado sin pautas en la redacción.

En la redacción de informes del área social son comunes los errores ortográficos, incoherencia en la información, uso injustificado de signos de puntuación y mayúsculas, repetición de palabras, uso de primera y tercera persona en un párrafo, etc.

Una vez conocidas las debilidades y fortalezas del proceso comunicativo de la empresa, cabe preguntarse ¿Cuál es la estrategia adecuada para fortalecer la comunicación interna del Consorcio Proyección Vial Puerto Salgar?

1.3 Objetivos de la pasantía

1.3.1 Objetivo General.

Diseñar e implementar una estrategia comunicativa que permita fortalecer la comunicación interna en el Consorcio Proyección Vial Puerto Salgar.

1.3.2 Objetivo Específicos.

Diagnosticar la situación actual de la comunicación interna en el CPVPS.

Diseñar una estrategia de comunicación interna que permita fortalecer el proceso comunicativo del CPVPS.

Implementar la estrategia de comunicación interna en el CPVPS.

1.4 Descripción de las actividades a desarrollar en la misma

Tabla 2

Plan de trabajo

OBJETIVOS ESPECIFICOS	ACTIVIDADES
1. Diagnosticar la situación actual de la comunicación interna del Consorcio PVPS.	1a. Realizar entrevista estructurada al personal del CPVPS. 1b. Tabulación y análisis de los resultados obtenidos en la entrevista. 1c. Elaborar una Matriz DOFA de la comunicación interna en el CPVPS
2. Diseñar una estrategia de comunicación interna que permita fortalecer el proceso comunicacional del CPVPS.	2ª. Diseño de la Cartelera informativa. 2b. Actualización de las diapositivas online del Consorcio. 2c. Elaboración de piezas gráficas y audiovisuales (afiches, videos, etc.) 2d. Realización y organización de actividades para fortalecer el clima organizacional de la empresa. 2e. Capacitación de técnicas de redacción.
3. Implementar la estrategia de comunicación interna en el CPVPS.	3ª. Aplicar la estrategia comunicativa en la organización. 3b. Realizar una encuesta de satisfacción de la propuesta.

Nota. Fuente. Pasante de comunicación social.

Capítulo 2. Enfoques referenciales

2.1 Enfoque conceptual

Comunicación

Un primer acercamiento a la definición de comunicación puede realizarse desde su etimología. La palabra deriva del latín *communicare*, que significa “compartir algo, poner en común”. Por lo tanto, la comunicación es un fenómeno inherente a la relación que los seres vivos mantienen cuando se encuentran en grupo. A través de la comunicación, las personas o animales obtienen información respecto a su entorno y pueden compartirla con el resto.

El proceso comunicativo implica la emisión de señales (sonidos, gestos, señas, etc.) con la intención de dar a conocer un mensaje. Para que la comunicación sea exitosa, el receptor debe contar con las habilidades que le permitan decodificar el mensaje e interpretarlo. El proceso luego se revierte cuando el receptor responde y se transforma en emisor (con lo que el emisor original pasa a ser el receptor del acto comunicativo).

Entre los elementos que pueden distinguirse en el proceso comunicativo, se encuentra el código (un sistema de signos y reglas que se combinan con la intención de dar a conocer algo), el canal (el medio físico a través del cual se transmite la información), el emisor (quien desea enviar el mensaje) y el receptor (a quien va dirigido). (Pérez Porto, 2008)

Estrategias Comunicativas.

La estrategia de comunicación es el conjunto de decisiones y prioridades basadas en el análisis y el diagnóstico que definen tanto la tarea como el modo de cumplirla por parte de las herramientas de comunicación disponibles. La estrategia de comunicación es a la vez una decisión, una intención y una estratagema. Prioriza objetivos y valora la información disponible tanto sobre el contenido o entidad objeto de comunicación, como sobre los sujetos receptores de esa comunicación, así como establece decisiones tanto en materia de contenidos como en la utilización de canales o herramientas de comunicación. La estrategia es un análisis, una ambición o intención y una decisión. (Moneris, 2006)

Comunicación Interna

Un concepto muy utilizado, tanto a nivel teórico como en la práctica profesional, es aquél que dice que la Comunicación interna es contar a la Organización lo que la Organización

está haciendo. Esta noción tiene un marcado carácter informacional, ya que es una perspectiva en la que se busca informar al personal de las noticias que suceden en la empresa. No se intenta la participación de los miembros de la empresa, sino que solamente se tiene la intención de transmitirles informaciones (las que el área responsable de comunicación interna considere como interesantes). Esta concepción de la comunicación interna tiene un claro matiz dirigista, en el cual la comunicación, o mejor dicho, la transmisión de la información es sólo descendente, desde los niveles directivos hacia los subalternos.

Este concepto de comunicación interna es el que domina en la actualidad, y suele reflejarse en una gestión de la comunicación interna en la que se priorizan los medios informativos (revista de la empresa, boletín informativo, etc.) por encima de las comunicaciones interpersonales. Así, en muchos casos, la comunicación interna termina asociándose a la implantación de diversos medios informativos, como hacer una revista interna o poner un tablón de anuncios. (Capriotti, 1998)

Comunicación organizacional

Hablar de la comunicación organizacional plantea, de entrada, la dificultad de definir el concepto, ya que tanto entre los estudiosos como entre los practicantes de este campo se pueden encontrar enfoques y aproximaciones diferentes. Por eso conviene precisar el término, por lo menos en función de cómo se le entenderá en este libro.

Una de las primeras lecciones que aprendimos quienes estudiamos la carrera de comunicación es que nada “es” algo, sólo se le llama así, como otros (quienes hablan la lengua inglesa) han convenido en llamarle “book”. Por lo tanto, no podemos decir “comunicación es...”, sino “yo le llamo comunicación a...”. Esta precisión es importante porque la definición que se utilice dependerá del enfoque bajo el que se vea el concepto; habrá quienes lo entiendan, y por lo tanto lo definan, de diferente manera. Bajo esa premisa, podemos entender a la comunicación organizacional de tres formas distintas:

Primero, como un proceso social: David K. Berlo, uno de los autores especializados en comunicación más leídos hace algunas décadas, sostenía que la comunicación es el proceso social fundamental. Esta afirmación es, muy cierta y aplica plenamente al ámbito de las organizaciones. Desde esta perspectiva, la comunicación organizacional es el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y sus diferentes públicos externos.

Segundo, como una disciplina: La comunicación organizacional es un campo del conocimiento humano que estudia la forma que se da el proceso de la comunicación dentro de las organizaciones entre éstas y su medio. El desarrollo de esta disciplina es relativamente joven, ya que podríamos ubicar el inicio de los esfuerzos serios y sistemáticos por desarrollarla, así como las primeras obras sobre la materia, en la década de

los setenta. También por esos años empiezan a surgir, o en algunos casos consolidarse, las asociaciones de profesionales en comunicación organizacional, que sin duda le dieron un impulso importante a este campo no sólo en relación a la generación del conocimiento a partir de la investigación, sino también a la aplicación de estos conocimientos en las organizaciones.

Tercero, como un conjunto de técnicas y actividades: los conocimientos generados a través de la investigación del proceso comunicativo en la organización sirven para desarrollar una estrategia encaminada a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre sus miembros y entre la organización y los diferentes públicos que tiene en su entorno (Por ejemplo, inversionistas, clientes, proveedores, gobierno, medios de comunicación, distribuidores, asociaciones y cámaras, organismos diversos y públicos en general). En esta acepción podemos distinguir dos categorías, dependiendo de los públicos a los que se dirige el esfuerzo comunicativo: Comunicación interna y externa. (Andrade, 2005)

Cultura organizacional

Se entiende que estamos hablando de un concepto determinado de cultura, es decir, la reunión de conceptos como hábitos, normas, creencias, valores y experiencias que son los encargados de dar una caracterización determinada a un grupo en concreto. En este caso, centrándose exclusivamente en un ámbito empresarial, como un negocio, una administración, institución o corporación entre otras.

La definición que le podemos aplicar a la cultura organizacional es la unión de normas, hábitos y valores que de una forma u otra, son compartidos por las personas y/o grupos que dan forma a una institución, y que a su vez son capaces de controlar la forma en la que interactúan con el propio entorno y entre ellos mismos. Es decir, el comportamiento de la empresa dependerá de la forma en la que se apliquen unas normas u otras por parte de sus integrantes. (Díaz, 2013)

Clima organizacional

(García Ramírez & Ibarra Velázquez, 2010) Afirman:

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

Imagen corporativa

(Pintado Blanco & Sánchez Herrera, 2013) Afirman:

La imagen corporativa se puede definir como una evocación o representación mental que conforma cada individuo, formado por un cúmulo de atributos referentes a la compañía; cada uno de estos atributos puede variar, y puede coincidir o no con la combinación de atributos ideal de dicho individuo. (p. 18)

2.2 Enfoque legal

Según la Constitución Política de Colombia:

Artículo 20. Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación. Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura. (Corte Constitucional, 2015)

Ley 1508 del 2012. Por la cual se establece el régimen jurídico de las Asociaciones Público Privadas, se dictan normas orgánicas de presupuesto y se dictan otras disposiciones.

ARTÍCULO 1o. DEFINICIÓN. Las Asociaciones Público Privadas son un instrumento de vinculación de capital privado, que se materializan en un contrato entre una entidad estatal y una persona natural o jurídica de derecho privado, para la provisión de bienes públicos y de sus servicios relacionados, que involucra la retención y transferencia de riesgos entre las partes y mecanismos de pago, relacionados con la disponibilidad y el nivel de servicio de la infraestructura y/o servicio.

ARTÍCULO 2o. CONCESIONES. Las concesiones de que trata el numeral 4 del artículo 32 de la Ley 80 de 1993, se encuentran comprendidas dentro de los esquemas de Asociación Público Privadas. Las concesiones vigentes al momento de la promulgación de la presente ley se seguirán rigiendo por las normas vigentes al momento de su celebración.

ARTÍCULO 3o. ÁMBITO DE APLICACIÓN. La presente ley es aplicable a todos aquellos contratos en los cuales las entidades estatales encarguen a un inversionista privado el diseño y construcción de una infraestructura y sus servicios asociados, o su construcción, reparación, mejoramiento o equipamiento, actividades todas estas que deberán involucrar la operación y mantenimiento de dicha infraestructura. También podrán versar sobre infraestructura para la prestación de servicios públicos.

En estos contratos se retribuirá la actividad con el derecho a la explotación económica de esa infraestructura o servicio, en las condiciones que se pacte, por el tiempo que se acuerde, con aportes del Estado cuando la naturaleza del proyecto lo requiera.

PARÁGRAFO 1o. Sólo se podrán realizar proyectos bajo esquemas de Asociación Público Privada cuyo monto de inversión sea superior a seis mil (6.000) smmlv.

PARÁGRAFO 2o. Aquellos sectores y entidades para las cuales existan normas especiales que regulen la vinculación de capital privado para el desarrollo de proyectos, continuarán rigiéndose por dichas normas o darán cumplimiento a lo previsto en la presente ley, una vez se encuentren reglamentadas las particularidades aplicadas en dichos sectores.

PARÁGRAFO 3o. El Gobierno Nacional podrá reglamentar las condiciones para el cumplimiento de la disponibilidad, los niveles de servicio, estándares de calidad, garantía de continuidad del servicio y más elementos que se consideren necesarios para el desarrollo de los esquemas de Asociación Pública Privada a que se refiere la presente ley, pudiendo aplicar criterios diferenciales por sectores.

ARTÍCULO 4o. PRINCIPIOS GENERALES. A los esquemas de asociación público privada les son aplicables los principios de la función administrativa, de contratación y los criterios de sostenibilidad fiscal. Los esquemas de Asociación Público Privada se podrán utilizar cuando en la etapa de estructuración, los estudios económicos o de análisis de costo beneficio o los dictámenes comparativos, demuestren que son una modalidad eficiente o necesaria para su ejecución.

Estos instrumentos deberán contar con una eficiente asignación de riesgos, atribuyendo cada uno de ellos a la parte que esté en mejor capacidad de administrarlos, buscando mitigar el impacto que la ocurrencia de los mismos pueda generar sobre la disponibilidad de la infraestructura y la calidad del servicio.

ARTÍCULO 5o. DERECHO A RETRIBUCIONES. El derecho al recaudo de recursos por la explotación económica del proyecto, a recibir desembolsos de recursos públicos o a cualquier otra retribución, en proyectos de asociación público privada, estará condicionado a la disponibilidad de la infraestructura, al cumplimiento de niveles de servicio, y estándares de calidad en las distintas etapas del proyecto, y los demás requisitos que determine el reglamento.

PARÁGRAFO. En los esquemas de asociación público privadas podrán efectuarse aportes en especie por parte de las entidades territoriales. En todo caso, tales aportes no computarán para el límite previsto en los artículos 13, 17 y 18 de la presente ley. Los gobiernos locales y regionales podrán aplicar la plusvalía por las obras que resulten de proyectos app. (Congreso de la República, 2012)

Capítulo 3. Informe de cumplimiento de trabajo

3.1 Presentación De Resultados

3.1.1 Diagnosticar la situación actual de la comunicación interna del Consorcio PVPS.

Realización de entrevista estructurada al personal del CPVPS.

Para el cumplimiento de esta actividad, se aplicó una entrevista estructurada de 7 preguntas a la población total (10 empleados) del Consorcio Proyección Vial Puerto Salgar en la sede de Bogotá, con el fin de conocer los medios de comunicación más usados. (Apéndices A y B)

Tabulación y análisis de los resultados obtenidos en la entrevista.

En la tabulación de los datos obtenidos en la entrevista aplicada a los 10 empleados (Población total) se manejaron los siguientes porcentajes: 1 persona corresponde al 10% y 10 personas al 100%.

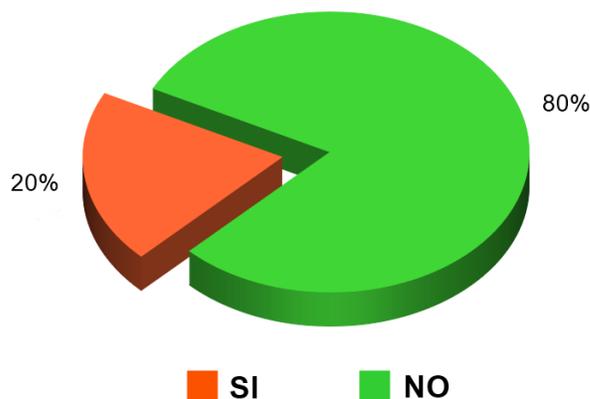


Figura 2. ¿Existe un departamento o área de comunicaciones en la empresa?

Fuente. Pasante de Comunicación. En la torta de porcentajes se puede observar que el 20% de los empleados afirma que existe un área de comunicaciones. El otro 80 % de los entrevistados niega o no sabe sobre la existencia de dicha área en la empresa.

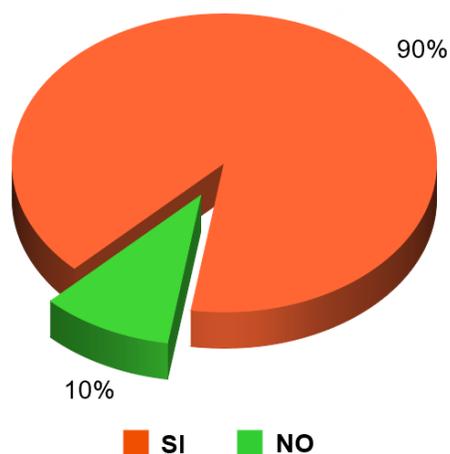


Figura 3. ¿Recibe de manera oportuna la información que requiere en su trabajo?

Fuente. Pasante de Comunicación. En la torta de porcentajes se puede observar que el 90% de los empleados afirma recibir de manera oportuna la información necesaria para ejecutar satisfactoriamente su labor dentro de la empresa y sólo el 10 % de los entrevistados expresa no recibir oportunamente información.

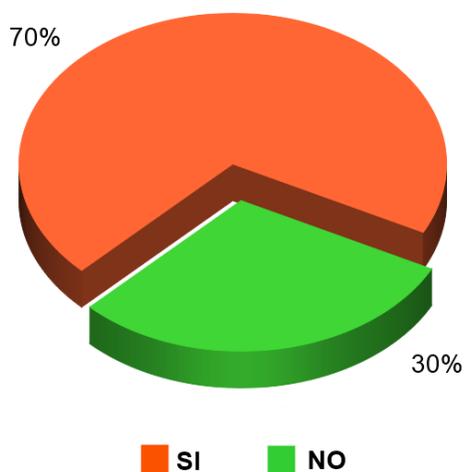


Figura 4. ¿Existen oportunidades para dar a conocer sus ideas y compartir mejores prácticas de conocimientos dentro del área de trabajo?

Fuente. Pasante de comunicación social. En la torta de porcentajes se puede observar que el 70% de los empleados afirma que la empresa brinda la oportunidad a sus empleados de expresar sus ideas y compartir sus conocimientos dentro de su área de trabajo. El 30 % de los entrevistados no está de acuerdo, con poder expresarse libremente.

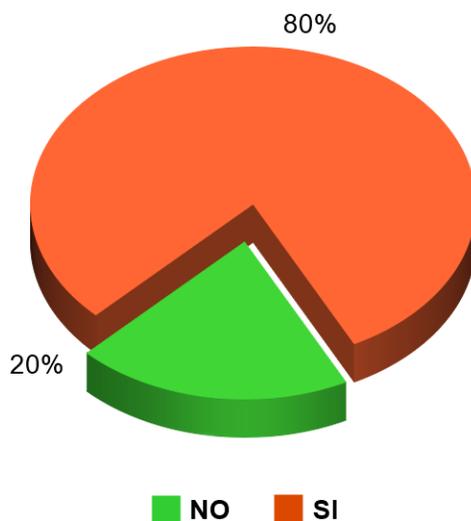


Figura 5. ¿Existe buena comunicación y excelentes relaciones interpersonales entre los trabajadores de la empresa?

Fuente. Pasante de comunicación social. En la torta de porcentajes se puede observar que el 80% de los empleados afirma que existe una buena comunicación y excelentes relaciones interpersonales en el Consorcio. Solo el 20% de los entrevistados niega que el clima organizacional sea favorable en su totalidad.

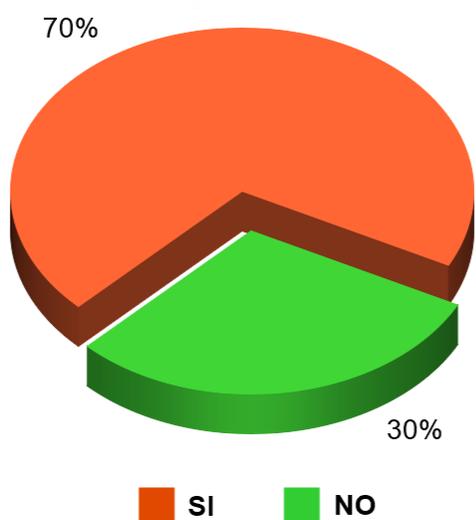


Figura 6. ¿Considera usted que existe una buena comunicación interna?

Fuente. Pasante de comunicación social. En la torta de porcentajes se puede observar que el 70% de los empleados afirma que existe una buena comunicación interna. Solo el 30% de los entrevistados no está de acuerdo, pues consideran que hay muchas falencias.

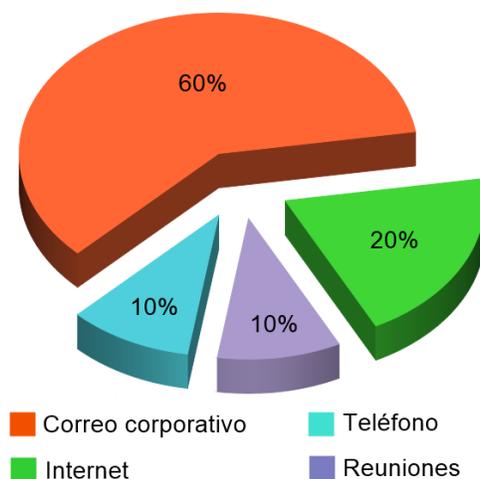


Figura 7. ¿Cuál es el medio de comunicación más utilizado en la ejecución de sus labores dentro de la empresa?

Fuente. Pasante de comunicación social. En la torta de porcentajes se puede observar que el 60% de los empleados considera el uso del correo corporativo como el medio más utilizado en la ejecución de sus labores, el 20% de los empleados utiliza la internet, el 10% el teléfono y otro 10% utiliza las reuniones informativas como medio para ejecutar sus labores dentro de la empresa.

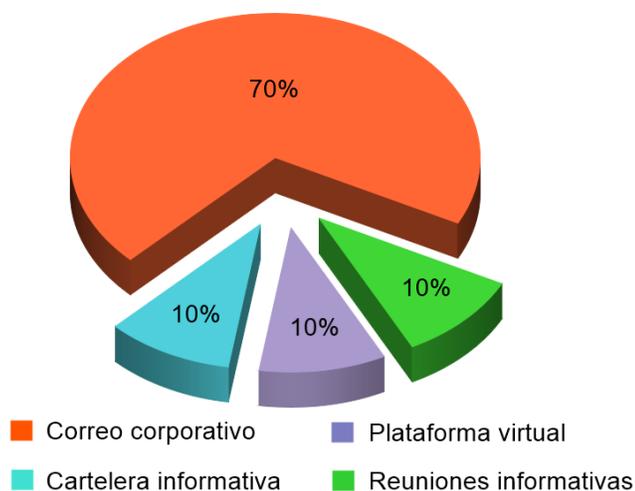


Figura 8. Usted se mantiene informado de los asuntos del Consorcio a través de:

Fuente. Pasante de comunicación social. En la torta de porcentajes se puede observar que el 70% de los empleados se mantiene informado de los asuntos del consorcio a través del correo corporativo, un 10% de los empleados lo hace por medio de la plataforma virtual, un 10% por medio de la cartelera informativa y otro 10% por medio de las reuniones informativas que se realizan periódicamente en las instalaciones del Consorcio.

Análisis de la información recolectada

Luego de realizar la entrevista estructurada a los 10 empleados del Consorcio que trabajan en la sede principal, se procedió a tabular los resultados y analizar la información.

En los resultados obtenidos de la encuesta se dedujo que el Consorcio en términos generales necesita fortalecer la comunicación interna.

El medio de comunicación más utilizado es el correo corporativo y el menos usado es la cartelera informativa, debido a que es poco atractiva visualmente. En cuanto al clima laboral cabe destacar que en general es bueno, pero necesita fortalecerse.

Con base en lo anterior, se hace necesario mejorar el aspecto de la cartelera informativa, actualizar periódicamente las diapositivas online de la plataforma virtual, implementar estrategias para mejorar el clima organizacional y crear un área de comunicaciones que se encargue de todo el proceso comunicativo de la empresa.

Tabla 3.

Matriz DOFA comunicación interna del CPVPS

FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
La empresa cuenta con personal capacitado. Herramientas y equipos adecuados. Instalaciones adecuadas. Diversidad de medios internos, que permiten llegar a los trabajadores de las diferentes áreas del Consorcio y facilitan el flujo de la información. Los empleados y directivos son conscientes del problema de comunicación interna. La empresa cuenta con un correo corporativo, herramienta que utilizan para hacer más efectivas las actividades necesarias dentro de la misma. Capacitaciones semanales para los trabajadores por parte del área HSEQ. Oportunidades de crecimiento y desarrollo personal.	La empresa no tiene un área o departamento de comunicaciones establecido. La comunicación interna no es efectiva en su totalidad. Existe poca comunicación entre los empleados de las diferentes áreas de la empresa. Los canales de comunicación interna no están disponibles para todos los colaboradores en igualdad de condiciones. El uso del buzón de sugerencias es obsoleto. La cartelera informativa es poco llamativa. En la redacción de informes, correo electrónico, entre otros, se hace uso indebido de signos de puntuación y mayúsculas. No utilizan redes sociales.	Cuentan con los recursos humanos, tecnológicos, físicos y financieros, para implementar un plan de mejoramiento en la comunicación interna. Necesidad de los empleados por mantenerse informados. Creación de programas de capacitaciones orales y escritas para los trabajadores del Consorcio. Adopción de nuevas estrategias que propicien un mejor clima y cultura organizacional. Voluntad por parte de la gerencia para iniciar un proceso que permita mejorar la comunicación interna.	Desinformación a nivel general. Los cambios en el sistema interno de la organización, generan inquietud en los trabajadores al no ser informados oportunamente. Los empleados no atienden a los mensajes de las carteleras informativas. Bajos niveles de participación en las actividades que realiza la organización.

Nota. Fuente. Pasante de comunicación social

3.1.2 Diseñar una estrategia de comunicación interna que permita fortalecer el proceso comunicativo del CPVPS.

Diseño de cartelera informativa

Con el fin de organizar la información y hacerla más atractiva a la vista, se diseñó la estructura de la cartelera informativa, por medio del programa de diseño Corel Draw x7. La idea surgió en aras de mejorar la comunicación interna y con el objetivo de llegar a todo el público objetivo como los son los visitantes de la empresa y personal de campo que no tiene acceso constante a internet para mantenerse informado de lo que ocurre al interior de la empresa.

En el manual de uso se estableció que la cartelera es de tipo magnética de 150 cm de ancho por 90 cms de altura, con una capacidad para 8 hojas, tamaño carta.

Tipo de información que se publicará en la cartelera

- Información importante de la empresa
- Cumpleaños de empleados
- Cronograma del mes
- Información HSEQ.

Normas de Uso

- La diagramación de los contenidos debe ser acorde a la imagen corporativa.

- Cuando se publica una información debe dejarse espacios vacíos, entre aviso y aviso, mejorando la distribución de la información.
- Las imágenes deben ser claras, llamativas y muy bien definidas.
- Se deben fijar mensajes cortos y de interés general, siempre de manera ordenada y agradable a la vista.
- Debe informarse con poco contenido textual.
- La persona encargada debe actualizar periódicamente la cartelera o según se requiera.
- Los comunicados deben ser publicados con los formatos establecidos por la empresa.
- El aseo de este medio está a cargo del personal de servicios generales.
- Toda información impresa debe ir en la cartelera informativa, no se utilizarán otros medios como paredes, puertas, ventanas, entre otros.
- Las piezas a publicar se adhieren a la cartelera magnética con imanes.

(Apéndice C)

Actualización de las diapositivas online del consorcio y asesoría en el diseño de páginas web

Con el fin de documentar el avance en la ejecución del proyecto Ruta del Sol, sector 2, desde el área de interventoría, se crearon unas diapositivas online con información importante del proyecto. La actualización de las diapositivas se realizaba mensual o semanalmente según se necesitara. Los temas tratados en las diapositivas online fueron los siguientes: Informe ejecutivo, ficha técnica del proyecto Ruta del Sol sector 2, información general del proyecto, tráfico promedio diario de peajes y pesajes.

La información que fue tomada como guía fue suministrada por el personal predial y social del Consorcio.

Para la realización de esta actividad se usaron los siguientes programas:

- Presentaciones online: Prezi, Emaze e Impress.js.
- Diseño de las piezas gráficas: Corel Draw X7, Photoscape
- Diseño de diagramas: Lucid Chart, Cacao y Generador de gráficos online.

Por otro lado se dio asesoría y apoyo a la profesional de telecomunicaciones, con el diseño de la páginas web del consorcios VQM. Esta actividad se hizo mediante la utilización de los programa de diseño Corel Draw x7 y el programa de diseño de páginas web, Adobe Dreamweaver (Apéndice D)

Diseño e implementación de piezas gráficas

Con el fin de fortalecer la imagen e identidad corporativa de la empresa, se diseñaron múltiples diseños gráficos, como apoyo a las distintas actividades y campañas que realizaba el área HSEQ. Esta actividad fue basada en gran parte, por el marco teórico: imagen e identidad corporativa de Alex Vasser. (Apéndice E)

Diseño de pieza digital como apoyo a la Campaña de Limpieza en la oficina

Con el objetivo de apoyar al área HSEQ en la campaña de limpieza en la oficina, se elaboró una pieza gráfica con información importante como: la fecha y día de realización de la actividad. Este diseño fue enviado al correo corporativo de cada uno de los trabajadores.

Diseño de pieza digital uso de reposapiés

Este diseño fue realizado para promover el uso adecuado de reposapiés en la oficina, evitando posibles lesiones a nivel lumbar. Este diseño se envió por medio del correo corporativo a todo el personal del Consorcio Proyección Vial Puerto Salgar.

Diseño de tarjetas día de la madre y del padre

Con el fin de no pasar desapercibida esta fecha tan especial, se diseñaron dos tarjetas alusivas a la celebración del día de la madre y día del padre. Estas tarjetas fueron entregadas al personal de la empresa acompañado de un incentivo por parte del área HSEQ.

Tarjeta día de la madre

- Papel : Kimberly
- Medidas: 15 cm de ancho x 10 cm de alto

Tarjeta día del padre

- Papel : Kimberly
- Medidas: 9 cm de ancho x 14 cm de alto

Reestructuración de logos de los distintos consorcios

Con el fin de mejorar la calidad de los logos ya establecidos en la empresa, se reestructuró su calidad y nitidez, conservando su diseño original. Los logos reestructurados fueron: RYQ, SERVINC Y VQM.

Diseño del logo HSEQ

Fundamentación del logo

El logo está representado por una ilustración simbólica de los caracteres principales de las siglas de HSEQ, estas siglas provienen del inglés Health, Safety, Environment and Quality que en español significan Salud, Seguridad, Medio ambiente y Calidad. Los elementos que adornan las siglas, representan su significado. Debajo de las siglas aparece el logo de la empresa, manteniendo sus respectivos elementos de diseño.

Ordenar y aplicar de forma correcta el logo de HSEQ, es garantía de que transmitirá una buena imagen e identidad corporativa. La alineación del logo sólo puede ser vertical.

Color del logo

Los colores institucionales del logo son inalterables en cuanto a sus valores en CMYK (Aplicable a impresos); RGB (Aplicable a medios digitales); HEX (Aplicable en el diseño web) y en la distribución de los elementos que lo conforman. Las siglas poseen una sombra que no se debe modificar ni quitar.

Modulación

El logo HSEQ, se inscribe en una superficie modular de proporciones 12x4. El valor x establece la unidad de medida. Así aseguramos la correcta proporción de la marca sobre cualquier soporte.

Área de protección y tamaño mínimo

Para asegurar la óptima aplicación y percepción del logo en todos los soportes y formatos, se ha determinado un área de protección que establece un área mínima de reserva de 2x, espacio de seguridad que se debe mantener vacío, sin logotipos, textos, imágenes, gráficos y demás que puedan interferir en la percepción y lectura del diseño.

El logo puede ser ampliado a cualquier tamaño, siempre y cuando se preserven sus proporciones.

El tamaño mínimo al que puede ser reducido es de 2.5 cm x 1 cm.

Tipografía corporativa

La tipografía que compone el logo es Arial, esta será la tipografía de uso genérico para todos los soportes y documentos, ya sean internos o externos. El logo está alineado al centro y las siglas de HSEQ están en mayúscula. Debajo de las siglas aparece el nombre de la empresa, conservando la misma tipografía Arial, se usa mayúsculas en la primera letra de cada palabra.

Versiones correctas

Siempre que sea posible se aplicará la marca en su versión principal. En el caso que no sea posible por razones técnicas se utilizará la versión de letra blanca con fondo negro.

El logo puede presentarse de dos formas: forma compuesta, acompañado del logo de Servinc (Servicios de Ingeniería y Construcción) o forma sencilla, sin el logo de Servinc.

El logo siempre será situado en cualquier posición sobre material (impreso o digital) siempre y cuando mantenga la estética del diseño, documento y demás.

Aplicaciones incorrectas

El logo tiene unas medidas y proporciones determinadas. En ningún caso se harán modificaciones de estos tamaños y proporciones.

No se deben cambiar los colores de los elementos que adornan las siglas HSEQ.

La alineación del logo siempre será horizontal. En ningún caso se debe alterar este orden.

Logo sobre fondo de color

Sobre fondos de color oscuro el logo siempre debe ser usado con la tipografía de color blanco, siempre y cuando se mantenga la estética del diseño, y sobre fondos claros, se debe mantener su diseño original.

Diseño e implementación de la firma corporativa

Con el fin de fortalecer la identidad de la empresa, se diseñó la firma corporativa, que será usada por todos los trabajadores de la empresa. En donde se establecieron ciertos parámetros para su uso.

- Tipografía: Letra Arial, 12. (En negrilla sólo el nombre de la persona)
- Justificado a la izquierda.
- Interlineado simple

Estructura de la firma corporativa

- Nombre
- Cargo

- (doble espacio)
- Proyecto
- Dirección
- Teléfono de la oficina
- Celular corporativo
- Ciudad
- (Doble espacio)
- Anexar imagen con los logos del consorcio ya establecido

Diseño del chaleco de interventoría

Se diseñó un chaleco para ser usado como guía en la distribución de los logos de los distintos consorcios, antes de ser confeccionados.

Diseño de personajes

Se diseñaron dos personajes representativos con los uniformes del personal de interventoría. Estos personajes se usaron en las distintas campañas del área HSEQ, logrando promover la identidad corporativa.

Campaña uso adecuado de baños de “Hombres y mujeres”

En esta campaña se diseñaron dos piezas gráficas que fueron colocadas en los baños de hombres y mujeres, con mensajes de concientización para hacer uso adecuado de los baños.

Tamaño: 25 cm de ancho x 18 cm de alto.

Diseño de piezas gráficas como apoyo a las campañas de “Ahorro de agua” y “disposición adecuada de pilas”

Estas piezas gráficas se hicieron con el fin de apoyar al área HSEQ con su compromiso con el medio ambiente. El diseño de ahorro de agua, se hizo en forma de una lágrima. Esta pieza luego de ser aprobada se imprimió en papel plastificado, para luego ser colocada al lado de cada grifo de agua de la empresa.

El diseño de la pieza gráfica de una pila, con los correspondientes logos de la empresa, se hizo con el propósito de motivar a los empleados a realizar una disposición final adecuada de las baterías o pilas alcalinas, contribuyendo a preservar el medio ambiente. Esta pieza fue colocada sobre el recipiente donde se almacenaran las pilas.

Diseño y diagramación de la primera versión del Newsletter HSEQ

Con ansias de seguir fortaleciendo los procesos comunicativos del área HSEQ y de la empresa en general, se hizo el diseño y diagramación de la primera versión del Newsletter HSEQ, con información importante del área.

Medidas: 43.18 x 27.94 cm (Tabloide).

Las secciones del Newsletter HSEQ se dividieron acorde al significado de las siglas HSEQ:

- Salud en el trabajo
- Seguridad industrial
- Medio ambiente
- Calidad

Creación de videos corporativos

Con el fin de hacer la información más llamativa, se realizaron diferentes videos corporativos para apoyar el área HSEQ con sus campañas de vacunación, instructivo para ingresar a la plataforma Moodle, acciones preventivas, presentación de los miembros del Copasst y comité de convivencia; en el área de talento humano con el video instructivo de trámites y requisitos administrativos básicos del CPVPS y de la empresa en general; en el área social con videos de apoyo para la capacitación de redacción y signos de puntuación. Estos videos se realizaron con el programa online Powtoon. (Apéndice F)

Realización y organización de actividades para fortalecer el clima organizacional de la empresa.

Teniendo en cuenta la importancia del clima organizacional, durante el desarrollo de la pasantía se realizaron varias actividades con el fin de fortalecer los vínculos de amistad y compañerismo en la empresa, a través de actividades de esparcimiento, relajación, reconocimiento y celebración de las distintas fechas especiales. La base teórica de esta actividad se fundamenta en las teorías de clima organizacional, “X y Y” de Douglas McGregor. En esta teoría se expone dos maneras de percibir el comportamiento humano, adoptadas por los gerentes de las empresas, para motivar a los empleados y obtener una alta productividad.

Para disminuir las enfermedades laborales, se llevó a cabo la realización diaria de pausas activas. Esta actividad se implementó con base en lo aprendido en las capacitaciones mensuales de salud ocupacional, realizada por la ARL COLMENA. Las pausas activas son ejercicios de 15

minutos donde los empleados hacen movimientos de cadera, cuello, manos y piernas con el fin de relajar los músculos que por las largas horas de estar sentados y frente al computador generan tensión en el cuerpo.

Otra actividad realizada, para estimular al personal fueron las pausas cognitivas. Se llaman pausas cognitivas porque ayudan a las personas en su concentración, a ser más ágiles mentalmente, desarrollan su creatividad y ayudan a tener una mejor capacidad de focalización. Uno de los ejercicios aplicados en las pausas cognitivas fue el uso de mándalas. Una mándala suele ser muy complicada dependiendo del diseño; su complejidad depende del grado de concentración de cada empleado.

Por otro lado, se apoyó al área HSEQ con el diseño de un diploma para dar reconocimiento al compromiso de los trabajadores con el SIG.

Medidas del diploma: 23 cm de alto x 28 cm de ancho

Material: Papel Kimberly

La organización y decoración de los puestos de trabajo de las personas que cumplían años fue otra de las actividades que se realizaron, con el fin de motivar al empleado y fortalecer el clima organizacional. (Apéndice G)

Capacitación de redacción y signos de puntuación

Con base en las deficiencias presentadas en la redacción de los informes bimestrales se propuso la realización de una capacitación de redacción y signos de puntuación dirigido a las trabajadoras sociales de las distintas sedes a nivel nacional. Inicialmente se hizo un test para evaluar las dificultades de cada una de las trabajadoras a la hora de redactar.

Temáticas tratadas en la capacitación

- Uso adecuado de signos de puntuación
- Comunicación asertiva
- Como redactar
- Errores que debemos evitar al redactar
- Taller de signos de puntuación y redacción
- Autoevaluación de lo aprendido
- Aplicación de conocimientos en el informe bimestral, actas de reunión y demás documentos.

Las cuatro primeras capacitaciones se llavaron a cabo los días 6, 13, 20 y 27 del mes de junio del 2016. Con un horario flexible de 3:00 pm a 5:30 p.m. Estas capacitaciones se hicieron a través del programa de video llamada oovoo, teniendo en cuenta la dificultad para reunir a las trabajadoras sociales que se encontraban en diferentes tramos del proyecto a nivel nacional.

La última capacitación se realizó el día 4 de julio del 2016, en la instalación principal de la ciudad de Bogotá, con un horario intensivo de 8:00 a.m. a 12:00 p.m. y de 2:00 p.m. a 5:30 p.m.

modalidad presencial. En esta capacitación las profesionales sociales aplicaron lo aprendido en las anteriores capacitaciones, por medio de talleres y finalmente el resultado se vio reflejado en el informe del mes de julio. (Apéndice H)

3.1.3 Implementar la estrategia de comunicación interna en el CPVPS.

Aplicar la estrategia comunicativa en todas las oficinas del CPVPS sede Bogotá

Con el fin de fortalecer la comunicación interna en el Consorcio Proyección Vial Puerto Salgar, se implementó la estrategia comunicativa en las oficinas de la sede de Bogotá, dando cumplimiento al último objetivo específico del plan de trabajo. Gracias a la aceptación de la estrategia, el área HSEQ decidió implementar a nivel nacional.

- El diseño de la cartelera informativa.
- Newsletter HSEQ.
- Firma corporativa.
- Diseño de piezas gráficas.

Realizar una encuesta de satisfacción de la propuesta.

Para medir la eficiencia de la estrategia comunicativa, una vez finalizada la pasantía, se realizó una encuesta de satisfacción de la estrategia a nivel general, por medio de google forms a los trabajadores del Consorcio. En los resultados obtenidos, se evidenció la aceptación de la estrategia implementada.

Capítulo 4. Diagnóstico final

Luego de desarrollada la etapa de pasantías en el Consorcio Proyección Vial Puerto Salgar, se logró evidenciar mediante una encuesta de satisfacción, el cumplimiento de los objetivos.

Se actualizó periódicamente el contenido de las diapositivas online, con información importante de cada proyecto y se diseñó la estructura de la cartelera informativa; Con la creación de piezas gráficas y audiovisuales se implementó la identidad corporativa, evitando el uso de imágenes o material bajado de internet.

El área más beneficiada fue sin duda alguna el área HSEQ, que vio la necesidad de comunicar de una manera más interactiva; logrando cumplir los objetivos del Sistema Integrado de Gestión (SIG) y de cada campaña que se realizaba.

En el clima organizacional se fortalecieron las buenas relaciones interpersonales de cada una de las áreas de la empresa, mejorando el trabajo en equipo y evitando la aparición de enfermedades laborales mediante la realización de pausas activas y cognitivas.

Gracias a las capacitaciones de uso adecuado de signos de puntuación y redacción, las trabajadoras sociales reconocieron la importancia de usar adecuadamente estas técnicas en la redacción de los informes bimestrales.

Capítulo 5. Conclusiones

El resultado obtenido durante el proceso de pasantías en el Consorcio Proyección Vial Puerto Salgar, fue satisfactorio en cuanto al cumplimiento del objetivo general y objetivos específicos.

Durante los cuatro meses, se realizaron diferentes actividades para fortalecer los procesos comunicativos internos de la empresa.

Para la realización de cada una de las actividades del plan de trabajo se contó con el apoyo y aprobación de la Dirección y acompañamiento continuo por parte de las personas de las áreas de talento humano, social y HSEQ.

Como estudiante de Comunicación Social, la experiencia de pertenecer al equipo de trabajo del proyecto vial más grande de Colombia y aplicar lo aprendido en cinco años de estudio, fue una experiencia muy gratificante, aparte de afrontar el reto de salir de mi zona de confort y crecer a nivel personal y profesional.

Gracias a mi disciplina, sentido de pertenencia y creatividad, seguiré haciendo parte de esta gran empresa que creyó en mí y en mis capacidades.

Capítulo 6. Recomendaciones

Con el fin de obtener un mejor resultado en el fortalecimiento de la comunicación interna, se recomienda hacer buen uso de los elementos comunicativos diseñados como: firma corporativa, afiches, Logo y diseño del Newsletter HSEQ, etc.

Seguir brindando la oportunidad a los estudiantes de la carrera de comunicación social de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, para que realicen su proceso de pasantías o prácticas profesionales en la empresa.

De igual manera se recomienda realizar capacitaciones en técnicas de redacción y uso adecuado de signos de puntuación, a todo el personal del Consorcio.

Referencias

- Andrade, H. (2005). *Comunicación organizacional interna: Proceso, disciplina y técnica*. España: Gesbiblo S.L.
- Capriotti, P. (1998). La comunicación interna. *Capacitación y Desarrollo*, 1.
- Chiavenato, I. (2009). *Administración de los Recursos Humanos*. México: Mc Graw Hill.
- Congreso de la República. (10 de enero de 2012). *Presidencia*. Obtenido de <http://wsp.presidencia.gov.co/Normativa/Leyes/Documents/Ley150810012012.pdf>
- Consortio Proyección Vial Puerto Salgar [CPVPS]. (2015). *Premio NEIG de Interventoria*. Bogotá D.C.: S.E.
- Corte Constitucional. (s.d de s.m de 2015). *Constitución Política de Colombia*. Obtenido de www.corteconstitucional.gov.co/inicio/Constitucion%20politica%20de%20Colombia%20-%202015.pdf.
- corte constucional. (s.d de s.m de 2015). *presidencia*.
- Diaz, J. (26 de Abril de 2013). *Emprendices*. Obtenido de <https://www.emprendices.co/que-es-la-cultura-organizacional-de-una-empresa/>
- Garcia Ramirez, M. G., & Ibarra Velazquez, L. A. (2010). *Diagnóstico del clima organizacional del departamento de Guanajuato*. México: S.E.
- Imagen Corporativa. (2013). En T. Pintado Blanco, & J. Sánchez Herrera, *Imagen Corporativa: Influencia en la gestión empresarial* (pág. 18). Madrid, España: ESIC Editorial.
- Monerri, A. (15 de 11 de 2006). *Conceptos estratégicos claves*. Obtenido de Conceptos estratégicos claves: <http://conceptos-estrategicos-clave.blogspot.com.co/2006/11/estrategia-de-comunicacin.html>
- Pérez Porto, J. (s.d de s.m de 2008). *Definición. de*. Obtenido de <http://definicion.de/comunicacion/>
- Pintado Blanco , T., & Sánchez Herrera, J. (2013). *Imagen corporativa: Influencia en la gestión empresarial*. Madrid, España: ESIC Editorial.
- Rodriguez Guerra, I. (s.d de s.m de 2004). *Gerencie*. Obtenido de <http://www.gerencie.com/cultura-organizacional.html>

Apéndices

Apéndice A. Entrevista estructurada a los empleados del CPVPS.



**CONSORCIO PROYECCIÓN VIAL
PUERTO SALGAR**
NIT: 900.489.160-4



ENTREVISTA ESTRUCTURADA DE COMUNICACIÓN INTERNA DEL CPVPS

La siguiente entrevista se aplica con el fin de analizar la efectividad de la comunicación interna en el Consorcio Proyección Vial Puerto Salgar.

1. ¿Existe un departamento o área de comunicaciones en la empresa?

SI ____ NO ____

2. Recibe de manera oportuna la información que requiere en su trabajo.

SI ____ NO ____

3. Existen oportunidades para dar a conocer sus ideas y compartir las mejores prácticas de conocimientos dentro del área de trabajo

SI ____ NO ____

4. Existe buena comunicación y excelentes relaciones interpersonales entre los trabajadores de la empresa.

SI ____ NO ____

5. ¿Considera usted que existe una buena comunicación interna?

SI ____ NO ____

6. ¿Cuál es el medio de comunicación más utilizado en la ejecución de sus labores dentro de la empresa?

Correo corporativo _____

Teléfono _____

Internet _____

Reuniones _____

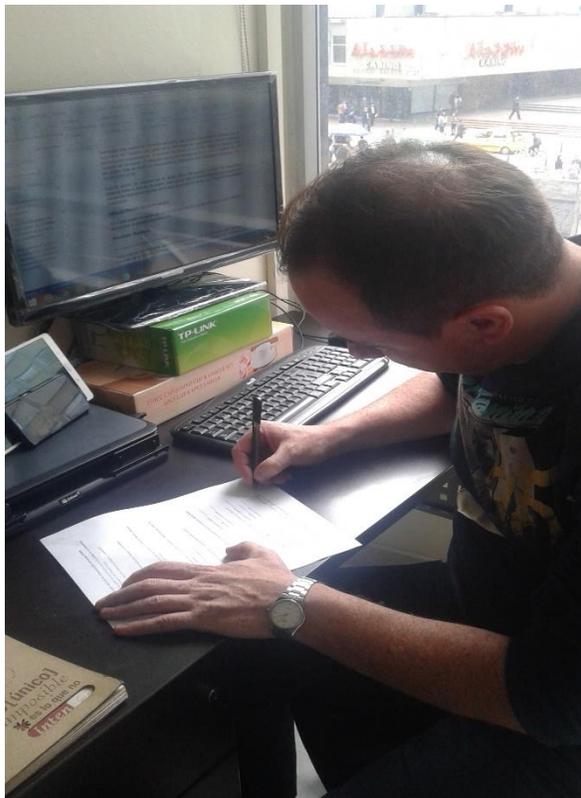
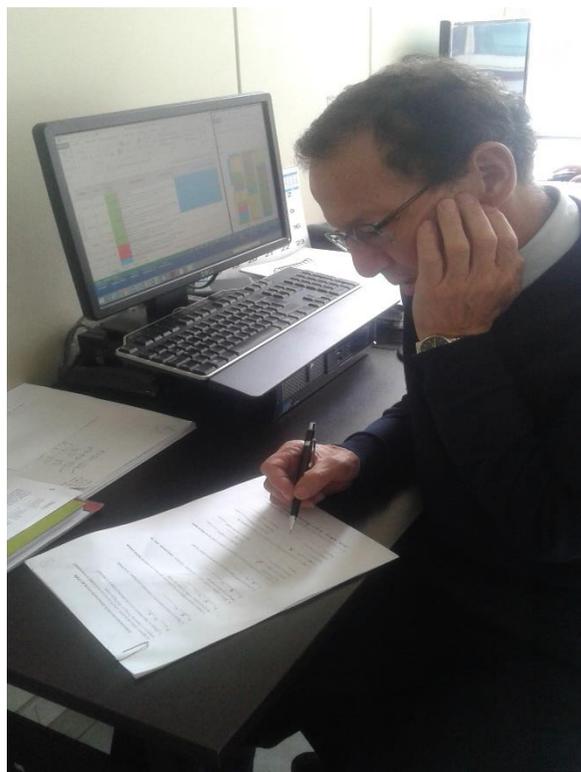
7. Usted se mantiene informado de los asuntos del Consorcio a través de:

Correo corporativo _____

Reuniones informativas _____

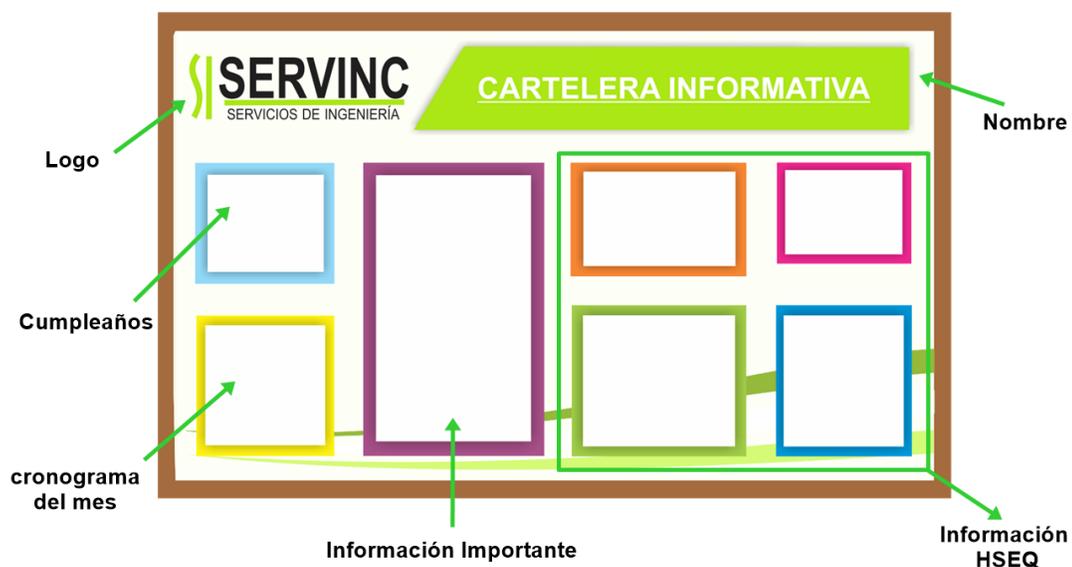
Cartelera informativa _____

Plataforma Virtual _____

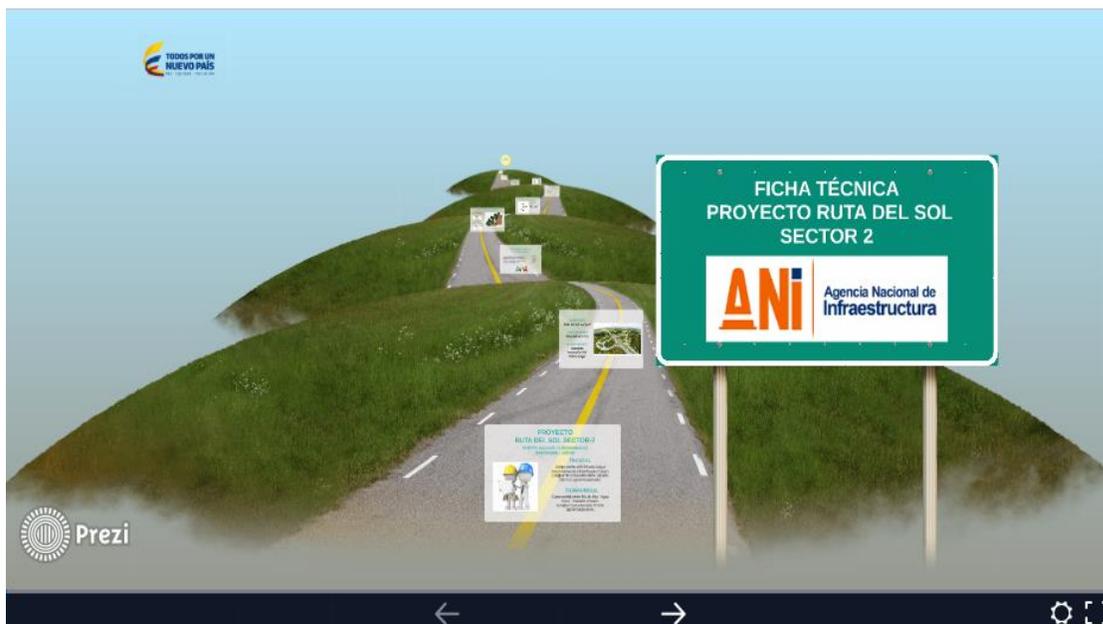
Apéndice B. Galería fotográfica aplicación de entrevista a trabajadores del CPVPS

Apéndice C. Diseño estructural de la cartelera informativa

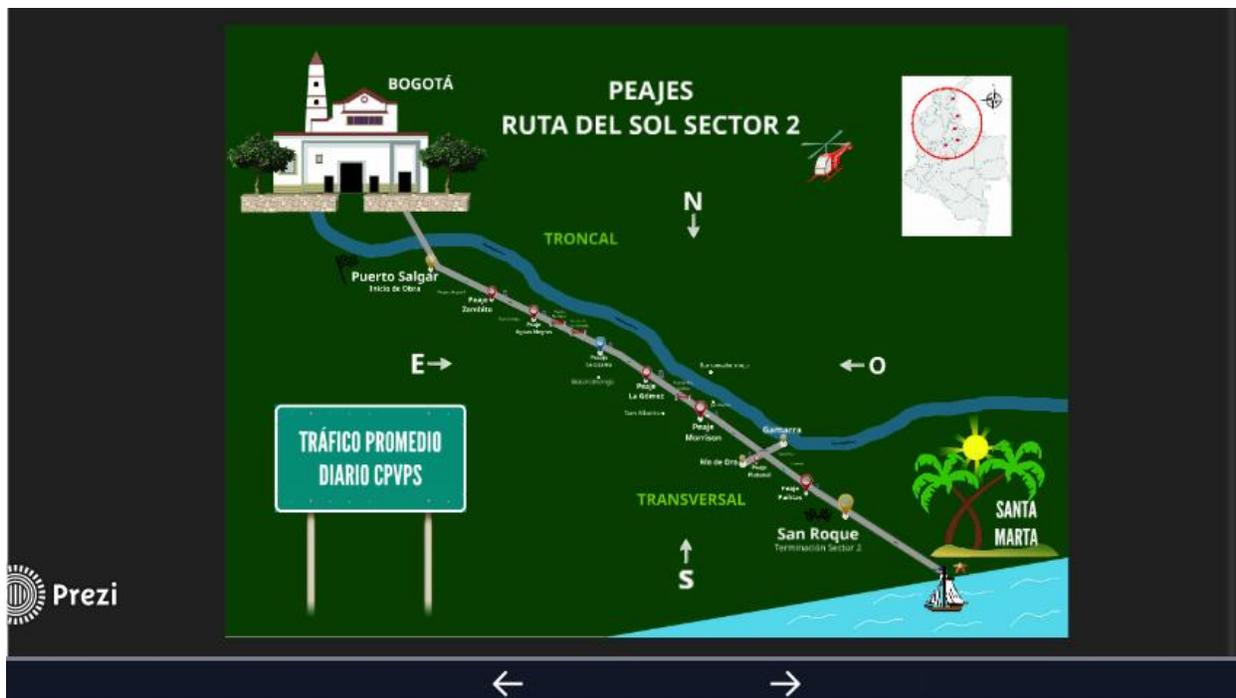
USO DE LA CARTELERA INFORMATIVA



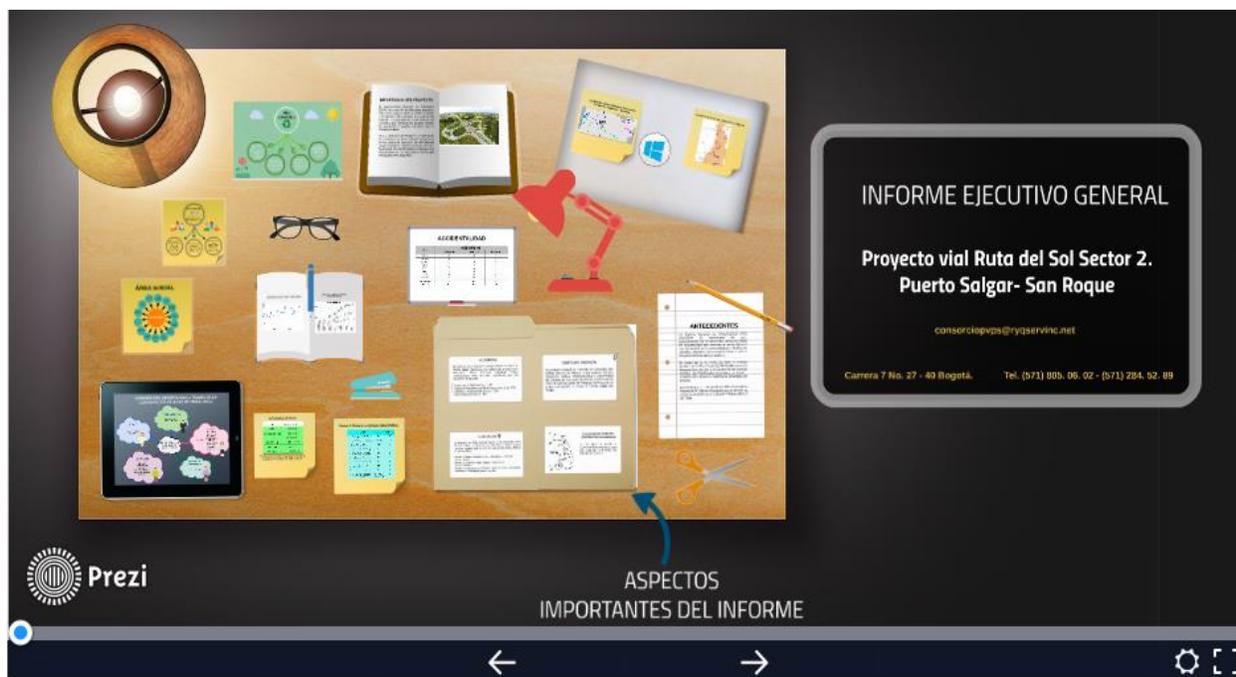
Apéndice D. Actualización de las diapositivas online del Consorcio y asesoría en el diseño de páginas web.



Ficha técnica proyecto ruya del sol sector 2.



Diapositiva Tráfico promedio diario de peajes y pesajes, Ruta del Sol sector 2.



Diapositiva Informe ejecutivo general del Proyecto Ruta del Sol sector 2.



Diapositiva Estructura organizacional del CPVPS.



Asesoría en el diseño de un Página web

Apéndice E. Diseño de piezas gráficas

SERVINC
SERVICIOS DE INGENIERÍA

ORDEN Y ASEO

En la oficina

Este **27** de mayo
a las 8:00 a.m.
súmate a la
CAMPAÑA DE LIMPIEZA
de tu área de trabajo



Organiza Área HSEQ

*Cada persona realizará la limpieza de su puesto de trabajo.

“El orden y el aseo son prácticas seguras, por eso debemos adoptarlas como un hábito diario”

Diseño de pieza digital como apoyo a la Campaña de Limpieza en la oficina.

BENEFICIOS DE USAR

EL REPOSAPIÉS

Sabías que...

Cuando usas el Reposapiés:

- ✓ Evitas dolores de espalda, lumbares y cervicales.
- ✓ Mejoras la circulación.
- ✓ Reduces la tensión en las piernas y ayuda a relajarte.
- ✓ Obtienes una correcta posición del cuerpo.

Úsalo




“El uso adecuado del reposapiés ayuda a reducir patologías o problemas derivados de la tensión que se acumula en las piernas.”

SERVINC **R&Q**
SERVICIOS DE INGENIERÍA INGENIERÍA
CONSORCIO PROYECCIÓN VIAL PUERTO SALGAR

Diseño de pieza digital uso de reposapiés



Tarjeta día de la madres.



Tarjeta día del padre.



Reestructuración de logos de los distintos consorcios.

Diseño del logo HSEQ



Diseño logo original



Colores del logo en CMYK, RGB Y HEX



Modulación



Área de protección y tamaño mínimo

ARIAL | ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890

Tipografía del logo



Versiones correctas (Logo compuesto y sencillo)



Aplicaciones incorrectas



Logos con fondo de color



Cordialmente,

Nombre
Cargo

Nombre del Proyecto
Dirección
Teléfono y ext.
Número de celular corporativo o personal
Ciudad



No imprima este correo
si no es necesario.



Ejemplo

Cordialmente,

Yinneth Karina Carrascal López
Inspectora

Consortio Proyección Vial Puerto Salgar
Carrera 7 No. 27 - 40 Piso 5
Tel: (1) 283 10 26 – 284 52 89 – 805 06 01 Ext. 131
Cel: 321-232-53-74
Bogotá D.C



No imprima este correo
si no es necesario.



Diseño e implementación de firma corporativa.



Diseño del chaleco de interventoría



Diseño de personaje para ser usado en las distintas campañas del área HSEQ



Diseño de personaje para ser usado en las distintas campañas del área HSEQ

USO DEL BAÑO

Mujeres



- ✦ No tires papeles o toallas sanitarias al suelo, utiliza la caneca.
- ✦ Baja la palanca y verifica que no queden residuos.
- ✦ Haz uso racional de agua y papel.
- ✦ Lava y seca tus manos.
- ✦ No te demores más de lo necesario.
- ✦ No rayes las paredes.

Déjalo tal y como te gustaría encontrarlo

SERVINC
SERVICIOS DE INGENIERIA



Campaña Uso adecuado de baños "Mujeres".

SERVINC
SERVICIOS DE INGENIERIA

USO DEL BAÑO HOMBRES

“Déjalo tal y como te gustaría encontrarlo”.



Sigue las siguientes instrucciones:

- No tires papeles al suelo, utiliza la caneca.
- No orines por fuera del orinal.
- Haz uso racional del agua y el papel.
- Baja la palanca y verifica que no queden residuos.
- Lava y seca tus manos.
- No te demores más de lo necesario.

Este baño lo limpian personas, no hagas su trabajo más difícil.



Campaña Uso adecuado de baños “Hombres”.



Diseño de pieza grafica de la campaña "Ahorro de agua".



Diseño pieza gráfica de la campaña disposición adecuada de pilas

Boletín # 1
 Junio 2016

NEWSLETTER



Servicios de Ingeniería y Construcción Ltda

SALUD EN EL TRABAJO

CONSEJOS PARA SENTARSE BIEN AL TRABAJAR EN LA OFICINA.

- Siéntate apoyando firmemente tu espalda.
- Evita sentarte en la mitad del asiento
- Regula adecuadamente la altura de la silla.
- Mantén tus pies apoyados sobre el piso o utiliza un reposapiés.



Fuente: Free-vec

CALIDAD

El día 29 de Abril y la semana del 10 al 14 de Mayo, se realizó la auditoría de recertificación al Sistema Integrado de Gestión (SIG) la cual evaluó la implementación y desarrollo de las normas NTC-ISO 9001, NTC-ISO 14001 & OHSAS 18001 en la empresa, la fase de campo se realizó al Consorcio Servinc-ETA en la ciudad de Medellín. Tras este trabajo hemos logrado la acreditación por parte del ente certificador SGS.



Fuente: Internet

¿Qué es HSEQ?

Hoy en día, las empresas exitosas y que actúan responsablemente con su entorno, deben responder eficientemente a una serie de requisitos que abarcan diferentes áreas: seguridad industrial, salud ocupacional, protección ambiental y gestión de calidad en la prestación de servicios o productos. Todos ellos se encuentran resumidos en el acrónimo HSEQ, que significa:



Fuente: Internet

H SALUD EN EL TRABAJO.

La salud de una persona es su posesión más valiosa. Por esto nuestra responsabilidad es velar por la buena salud de todos los colaboradores.

S SEGURIDAD INDUSTRIAL.

Un trabajo seguro es un buen trabajo. Nuestro compromiso es hacer cumplir los estándares en seguridad industrial reconocidos internacionalmente.

E MEDIO AMBIENTE.

La protección ambiental es una garantía para la sostenibilidad de las generaciones futuras. Desarrollamos objetivos y acciones con un enfoque sistemático para la protección y eficiencia de los recursos naturales.

Q CALIDAD.

En Servinc Ltda. buscamos hacer las cosas bien desde el principio. Con la mejora continua desarrollamos estándares que buscan destacar la cultura en HSEQ.

SEGURIDAD INDUSTRIAL

Conducir bajo la lluvia puede ser muy peligroso sigue estos tips para evitar accidentes:

- Disminuye la velocidad.
- Mantén una velocidad prudente con el vehículo de adelante.
- Preocúpate de la visibilidad y ten precaución con los charcos de agua.
- Revisa el estado y presión de la llantas.
- Circula con las luces encendidas.
- No utilices el celular cuando conduzcas, recuerda que podrías causar un accidente.



Fuente: Internet

Pequeñas acciones...



Fuente: Internet

...Grandes Cambios

MEDIO AMBIENTE

Tips para el cuidado del medio ambiente

- No dejes encendidos artefactos eléctricos que no uses.
- Opta por las bolsas de tela y papel en lugar que las de plástico.
- No imprimas correos que no sean necesarios.
- Cuida los espacios públicos y no botes basura.
- Recicla y reutiliza todo lo que puedas.

Contáctanos:
 Si tienes alguna sugerencia o idea para la próxima edición puedes escribirnos al correo waintrrez@servinc.org

Apéndice F. Creación de videos corporativos



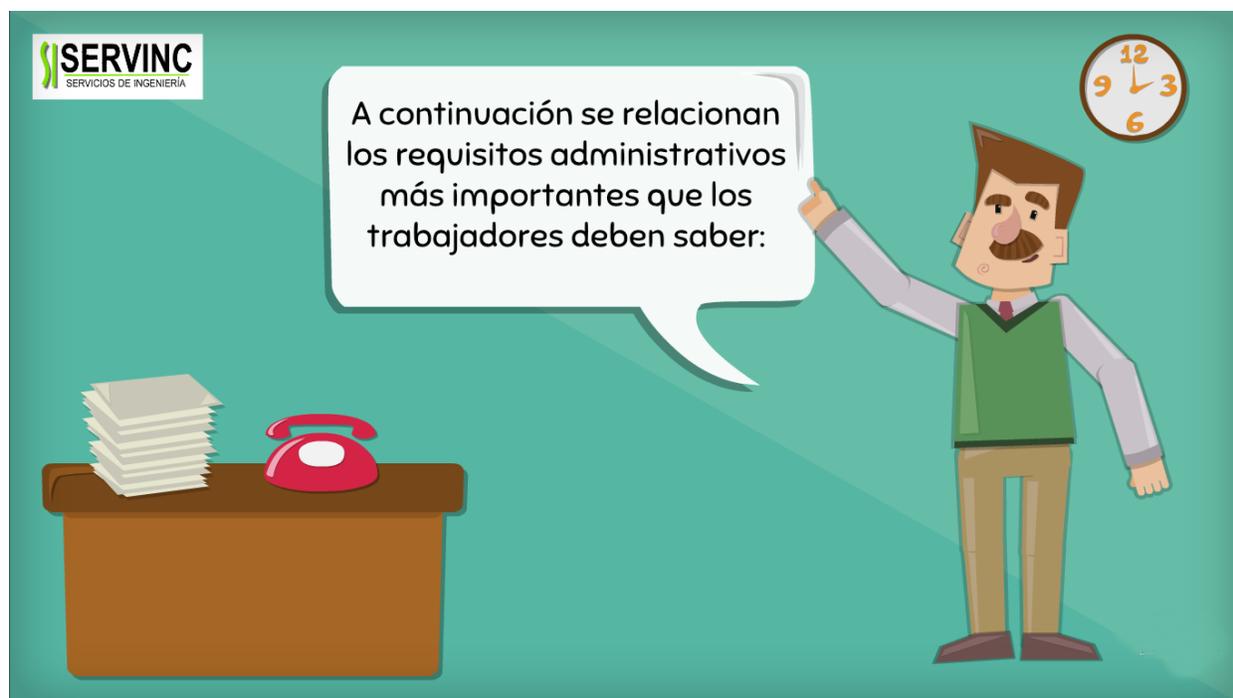
Video con la presentación del Comité de Convivencia de la empresa.



Video instructivo para acceder a la plataforma Moodle.



Video Capacitación de redacción y signos de puntuación.

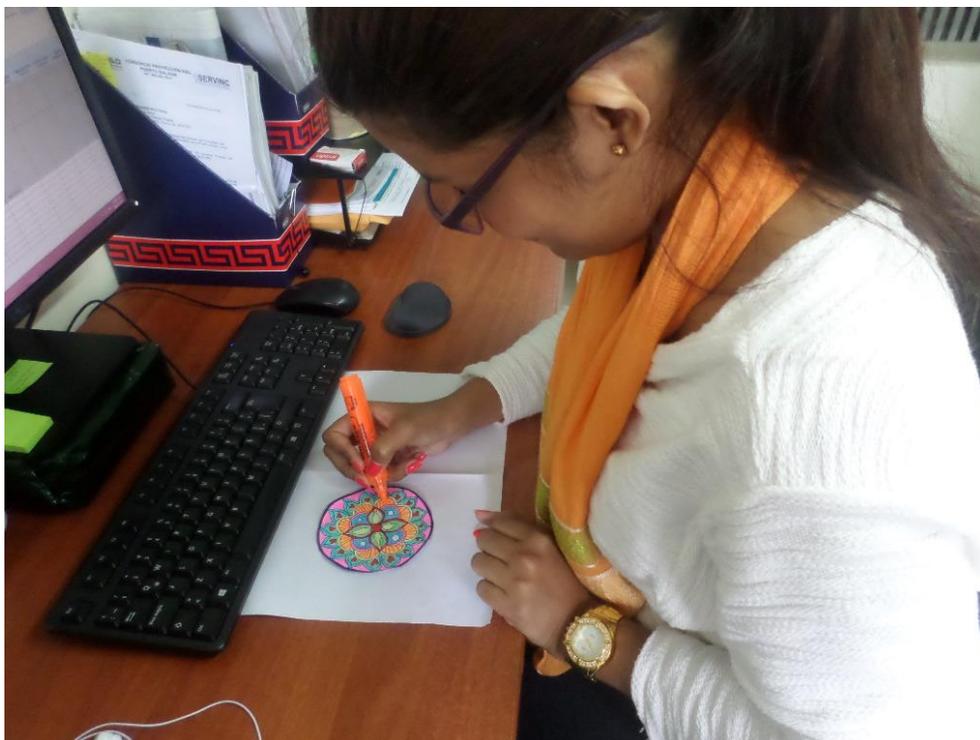


Video instructivo trámites y requisitos administrativos básicos.

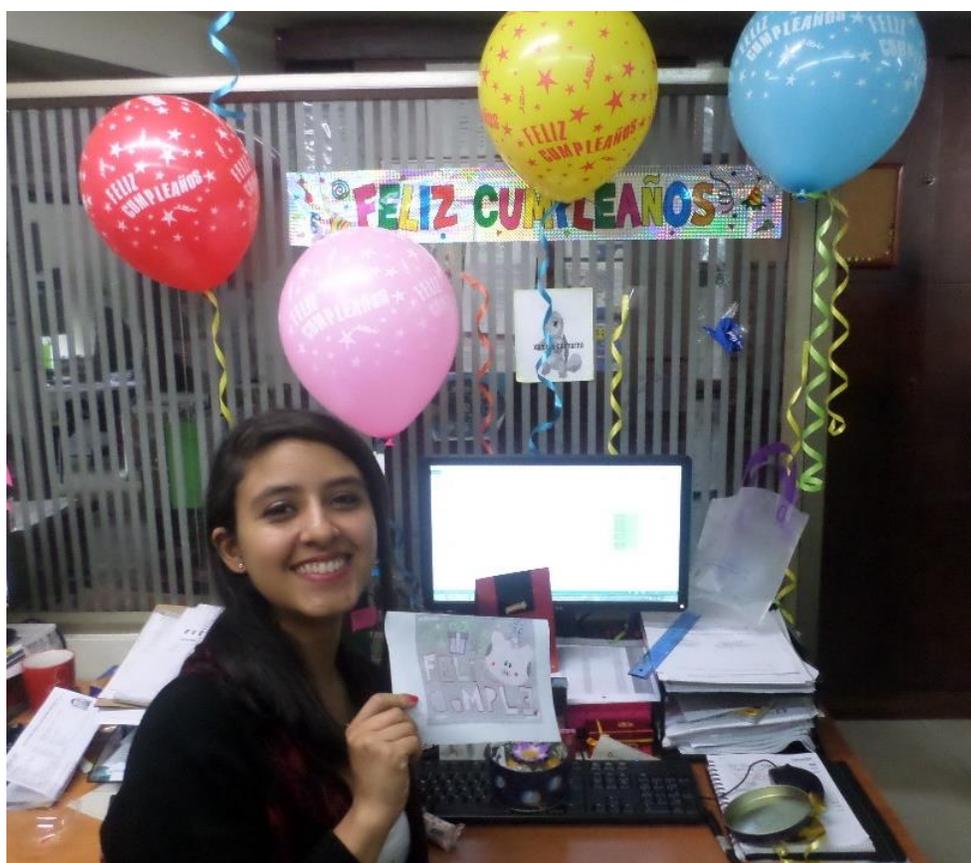
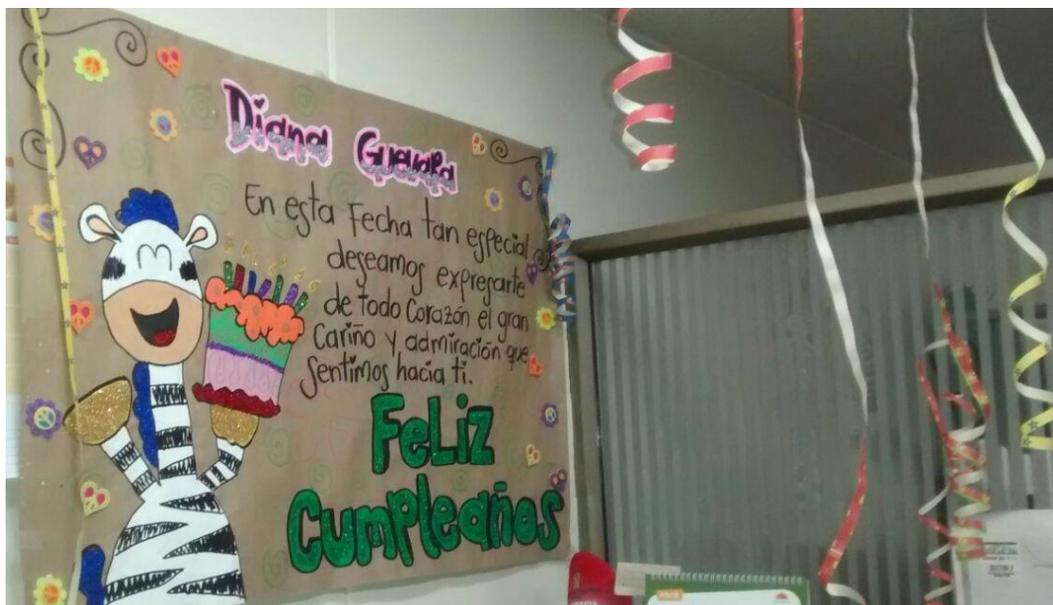
Apéndice G. Realización y organización de actividades para fortalecer el clima organizacional.



Realización de Pausas activas en las oficinas del CPVPS.



Personal del CPVPS realizando Pausas cognitivas: Coloreando mándalas.



Decoración de cumpleaños.



Diseño de diploma de Reconocimiento.

Apéndice H. Capacitación de redacción y signos de puntuación



Capacitación virtual y presencial de redacción con las trabajadoras sociales del proyecto.

Apéndice I. Encuesta de satisfacción de la estrategia comunicativa

Encuesta para medir la satisfacción de la estrategia comunicativa implementada en el CPVPS

Estás preguntando a evaluar la propuesta comunicativa diseñada para fortalecer la comunicación interna en el Consorcio Proyección Vial Puerto Salgar.

***Obligatorio**

¿Cual es tu grado de satisfacción con el clima organizacional actualmente? *

Muy Satisfecho

Satisfecho

Neutral

Insatisfecho

Muy Insatisfecho

¿Cuales de los siguientes aspectos resaltarías de forma positiva de las campañas comunicativas realizadas en la empresa? *

Diseño

Mensaje

Idea

El canal

Otra: _____

¿Cual es tu grado de satisfacción con la implementación de la estrategia comunicativa en el CPVPS? *

Muy Satisfecho

Satisfecho

Neutral

Insatisfecho

Muy Insatisfecho

¿Consideras que mejoró la comunicación interna en la organización? *

SI

NO

ENVIAR

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Tabulación de los datos obtenidos en la encuesta

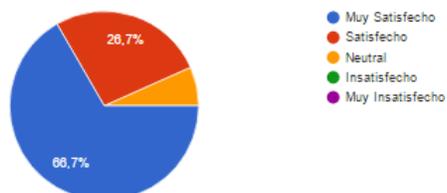
PREGUNTAS

RESPUESTAS

15

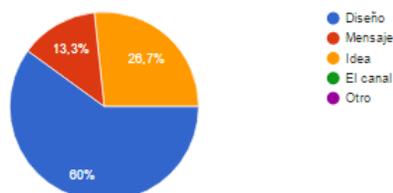
¿Cual es tu grado de satisfacción con el clima organizacional actualmente?

(15 respuestas)



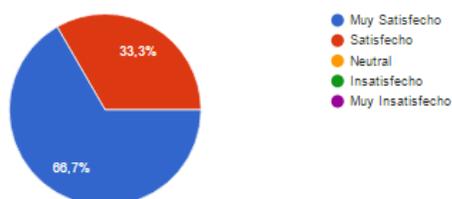
¿Cuales de los siguientes aspectos resaltarías de forma positiva de los diseños gráficos y audiovisuales realizados para la empresa?

(15 respuestas)



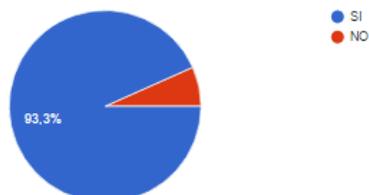
¿Cual es tu grado de satisfacción con la implementación de la estrategia comunicativa en el CPVPS?

(15 respuestas)



¿Consideras que mejoró la comunicación interna en la organización?

(15 respuestas)



Envío por correo corporativo de la encuesta de satisfacción

 Responder  Responder a todos  Reenviar



Yineth Carrascal <ycarrascal@ryqservinc.net>

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

Para 'ybravo@servinc.net'; Diana Guevara; 'Laura Duarte RYQ'; 'dgomez@ryqservinc.net'; 'mmartinez@servinc.org'; 'Norma Granada'

Buenos días ,

Adjunto link de encuesta de satisfacción de la estrategia comunicativa aplicada en la organización, por favor diligenciarla.

<https://docs.google.com/forms/d/1Ay2blEhqnPhWp85SI6QMSvue4UAQHdIVcm9ffdEaSis/viewform>

Muchas gracias

Cordialmente,

Yinneth Karina Carrascal López

Inspectora

Consortio Proyección Vial Puerto Salgar

Carrera 7 No. 27 - 40 Piso 5

Tel: (1) 283 10 26 – 284 52 89 – 805 06 01 Ext. 131

Cel: 321-232-53-74

 Yineth Carrascal ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

