UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
Documento FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	Código F-AC-DBL-007	Fecha 10-04-2012	Revisión A
Dependencia DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	Aprobado SUBDIRECTOR ACADEMICO		Pág. i(71)

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	**KEILY YISEL CAÑIZARES PABA**
FACULTAD	**FACULTAD DE EDUCACION, ARTES Y HUMANIDADES**
PLAN DE ESTUDIOS	**PLAN DE ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL**
DIRECTOR	**OLGA YURITH CARRASCAL SALAZAR**
TÍTULO DE LA TESIS	**PLAN DE MEJORAMIENTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA DE LA CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DEL CESAR (CORPOCESAR).**

RESUMEN

(70 palabras aproximadamente)

EL PRESENTE TRABAJO DENOMINADO PLAN DE MEJORAMIENTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA DE LA CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DEL CESAR (CORPOCESAR) SE LLEVO A CABO A PARTIR DE UNA AUDITORÍA Y POSTERIOR A ESO SE APLICÓ UNA ENCUESTA A LOS FUNCIONARIOS INSCRITOS EN LA CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DEL CESAR, DONDE SE EVIDENCIÓ SU CONOCIMIENTO ACERCA DE LOS MEDIOS INTERNOS DE ESTA Y QUÉ TEMAS O INFORMACIÓN LES GUSTARÍA QUE SE MANEJARA.

CARACTERÍSTICAS

PÁGINAS:	PLANOS:	ILUSTRACIONES:	CD-ROM: 1

PLAN DE MEJORAMIENTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA DE LA CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DEL CESAR (CORPOCESAR).

AUTORA

KEILY YISEL CAÑIZARES PABA

Informe final de pasantías presentado como trabajo de grado para optar el título de Comunicador Social

DIRECTORA

OLGA YURITH CARRASCAL SALAZAR

COMUNICADORA SOCIAL

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA

FACULTAD DE EDUCACION, ARTES Y HUMANIDADES

PLAN DE ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL.

Ocaña, Colombia **Agosto, 2017**

Índice

Capítulo 1. Mejoramiento de la comunicación interna de la Corporación Autónoma regional del cesar (Corpocesar) mediante la aplicación de herramientas Comunicativas a nivel organizacional.....14

1.1 Descripción Breve de la Empresa. 14

1.1.1 Misión..... 15

1.1.2 Visión..... 15

1.1.3 Objetivo de la empresa 15

1.1.4 Descripción de la estructura organizacional. 15

1.1.5 Descripción de la dependencia y/o proyecto al que fue asignado. 16

1.2 Diagnóstico inicial de la dependencia asignada. 19

1.2.1 Planteamiento del problema 23

1.3 Objetivos de la pasantía. 25

1.3.1 Objetivo General 25

1.3.2 Objetivos Específicos..... 25

1.4 Descripción de las actividades a desarrollar en la misma. 26

1.5 Cronograma de actividades. 28

Capitulo 2. Enfoque Referencial.....31

2.1. Enfoque conceptual..... 31

2.2. Enfoque legal 33

Capítulo 3. Informe del cumplimiento del trabajo 35

3.1. Presentación de Resultados..... 35

Capítulo 4. Diagnóstico Final.....60

Conclusiones 61

Recomendaciones 62

Referencias.....63

Apendices.....64

Lista de Tablas

Tabla 1. Matriz DOFA 20

Tabla 2. Plan de trabajo 26

Tabla 3. Cronograma de Actividades 28

Tabla 4.Auditoría interna para identificar los medios de comunicación que se encuentran activos dentro de la empresa. 35

Tabla 5. Opinión de los funcionarios acerca de su conocimiento sobre los medios de comunicación internos de la Corporación. 40

Tabla 6. Los medios internos de comunicación manejados en la Corporación. 40

Tabla 7. Opinión de aceptación o desacuerdo con los medios internos de la Corporación. 41

Tabla 8. Que les falta a los medios de comunicación internos 42

Tabla 9. Otros temas que los funcionarios quieren que se aborde en los medios de comunicación internos. 43

Tabla 10. Lista de chequeo para verificación del plan de mejoramiento de la comunicación interna en Corpocesar 54

Lista de Figuras

Figura 1. Estructura Organizacional 16

Figura 2. Medios de comunicación utilizados internamente 38

Figura 3. Percepción frente a la falta de medios de comunicación internos 39

Figura 4. Clase de información de gusto para leer 39

Figura 5.Cronograma de Actividades 48

Figura 6. Diseño de Formatos 51

Figura 7. Imágenes de Boletín informativo 59

Lista de Fotografías

Fotografía 1 Realización de Encuestas a los funcionarios……...60

Fotografía: 2 publicación en carteleras físicas…….61

Fotografía: 3 Pantallazos de boletín interno ...…….64

Lista de Apéndices

Apéndice 1: formato de encuestas a funcionarios……...33

Apéndice 2: Diseño cronograma de actividades……..43

Apéndice 3: Diseño de formatos de Corpocesar……..46

Apéndice 4: Diseño de Boletín Interno de Corpocesar……..……..56

Resumen

La presente pasantía lleva por nombre PLAN DE MEJORAMIENTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA DE LA CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DEL CESAR (CORPOCESAR).

Para poder ejecutar esta investigación se hizo una auditoría y posterior a eso se aplicó una encuesta a los funcionarios inscritos en la Corporación Autónoma Regional del Cesar, donde se evidenció su conocimiento acerca de los medios internos de esta y qué temas o información les gustaría que se manejara. Para poder llevar a cabo esta investigación se diseñó un cronograma de actividades, formatos de publicación en las carteleras físicas y se hizo una socialización al personal. Por último, se propuso un boletín interno que nace de la necesidad de informar a cada empleado de la corporación a nivel personal. Este plan de mejoramiento de la comunicación interna tiene como fin mejorar la perspectiva interna de la empresa, para así llegar a su público interno, y además divulgar las actividades y gestiones desarrolladas desde la misma.

Introducción

Esta pasantía tiene como objetivo el mejoramiento de la comunicación interna de Corpocesar, mediante la aplicación de herramientas comunicativas a nivel organizacional. El eje central de este trabajo es brindarle a nuestro público objetivo una oferta institucional de métodos y oportunidades organizacionales, útiles para la toma de decisiones y direccionamiento estratégico de sus empresas. Así mismo, se busca que estos elementos de comunicación sean asertivos entre la entidad y los empresarios, para crear en ellos lazos de fidelización.

La Corporación Autónoma Regional del Cesar cuenta con una gama de opciones para enriquecer su comunicación interna.

La investigación para la realización de mejoras internas en esta empresa es de carácter descriptivo, pues se analizan las respuestas obtenidas de algunos funcionarios adscritos a la Corporación, y las implicaciones institucionales que puedan tener los medios de comunicación en el fortalecimiento de la entidad.

Para la recolección de información, se utilizó una encuesta realizada a algunos de los empleados. En este sentido, el enfoque metodológico del trabajo es cuantitativo relacionado con la tabulación de los resultados y la elaboración de las gráficas.

De acuerdo a los datos recogidos, la mayoría de los funcionarios encuestados consideran que es pertinente realizar mejoras, cambios y además que es de suma importancia el manejo de las publicaciones y la información que se maneja en la empresa. Esta tendencia muestra que el

público interno considera la comunicación como eje transversal para el desarrollo de sus empresas, pues les permite conocer normas, eventos a futuro y del momento de una forma diferente y llamativa.

Los empleados se mostraron interesados en el proyecto y lo apoyaron; además de volverse fieles receptores de su empresa.

.

Capítulo 1. Mejoramiento de la comunicación interna de la Corporación Autónoma regional del cesar (Corpocesar) mediante la aplicación de herramientas Comunicativas a nivel organizacional

1.1 Descripción Breve de la Empresa.

CORPOCESAR funciona en la ciudad de Valledupar y tiene sedes en Aguachica, Curumaní, Chimichagua y la Jagua de Ibiríco, Cesar. Es conocida como autoridad ambiental comprometida a la administración y protección del medio ambiente y sus recursos naturales, esto lo hace por medio de la planeación y ejecución de programas y proyectos; cumpliendo con los fines esenciales del ESTADO mediante el mejoramiento continuo, buscando satisfacer las necesidades del cliente de manera eficaz, eficiente y efectiva a través de personal idóneo y competente.

Actualmente se encuentra dirigida por el señor Kaleb Villalobos Brochel, Director General, y de allí se desprenden el resto de divisiones. La corporación está ubicada en la Cra. 9 #9 – 88, y ya son 20 años desde su inicio, y su funcionamiento ante la comunidad vallenata se ha ido notando con el pasar del tiempo.

La corporación cuenta con un personal altamente calificado que día a día trabajan con entusiasmo para brindar a la comunidad los mejores servicios.

1.1.1 Misión

“Liderar dentro del marco del desarrollo sostenible la gestión ambiental en su jurisdicción" (Corpocesar, 2011).

1.1.2 Visión

"Lograr que en el 2020 el desarrollo integral de la comunidad se dé en armonía con la naturaleza, reconociendo y fortaleciendo la identidad cultural y la vocación productiva del territorio" (Corpocesar, 2011).

1.1.3 Objetivo de la empresa

Propender por el desarrollo sostenible y la protección del medio ambiente en su jurisdicción, a través de la ejecución de las políticas, planes, programas y proyectos sobre medio ambiente y recursos naturales renovables, así como dar cumplida y oportuna aplicación a las disposiciones legales vigentes sobre su disposición, administración, manejo y aprovechamiento, conforme a las regulaciones, pautas y directrices expedidas por el Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial (Corpocesar, 2011).

1.1.4 Descripción de la estructura organizacional.

Con respecto a la estructura organizacional es importante resaltar el avance del estudio técnico presentado ante el Consejo Directivo de la Entidad, por parte de la Escuela Superior de Administración Pública, de acuerdo al convenio interadministrativo suscrito con la corporación a finales de 2013, cuyo objeto es la modernización de su estructura organizacional, dirección y

definición de la nueva planta de personal con la que debe contar Corpocesar. De esta manera el Acuerdo de consejo directivo de Corpocesar (1994) establece la estructura interna de la Corporación de la siguiente manera:

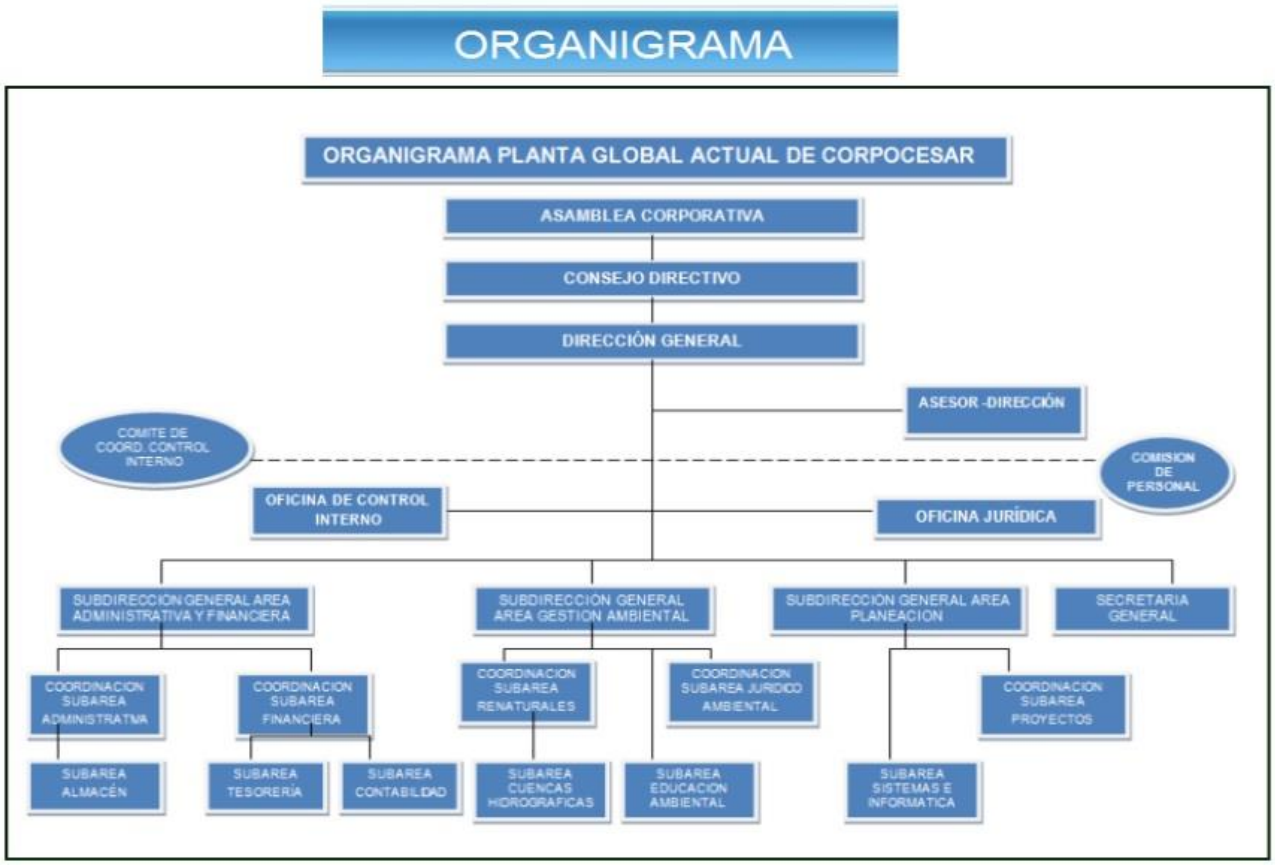


Figura 1. Estructura Organizacional

Nota. Corpocesar

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

Fui asignada a la oficina de: SECRETARÍA GENERAL. Esta dependencia es la Oficina que se encarga de gestionar, dirigir, coordinar y supervisar la formulación y desarrollo de las políticas sobre comunicaciones, divulgaciones e imagen corporativa, manteniendo canales adecuados de comunicación con los medios de información, usuarios y servidores públicos en

general; ejercer la autoridad disciplinaria y la Secretaría de los órganos de Dirección encomendados y mantener un control y respuesta oportuna a los derechos de petición; ejercer función de secretaría en el Consejo Directivo y demás cuerpos en el que tenga asiento la Corporación de acuerdo a los planes, programas, proyectos y delegaciones encomendadas.

Son muchas las funciones que tiene esta dependencia de la empresa, pero es importante mencionar que Corpocesar cuenta con una jefe de presa que es la encargada de todo lo que abarca la comunicación interna y externa de la empresa, pero que se encuentra aún sujeta a esta oficina, y sus funciones están inmersas dentro de la misma. Las funciones de la oficina son:

1. Asistir a las reuniones de los consejos, juntas, comités y demás cuerpos en que tenga asiento la entidad cuando sea convocado o delegado.

2. Ejercer la función de Secretario General del Consejo Directivo de la entidad, proyectar sus actos y refrendarlos con la firma del Presidente y Director General y comunicar a las dependencias las decisiones correspondientes.

3. Preparar y tramitar los proyectos-de acuerdo que se deban someterse a consideración del Consejo Directivo de la entidad.

4. Autenticar las copias de los actos administrativos de la entidad, en los eventos que se requieran.

5. Llevar o mantener bajo custodia los libros de actas y acuerdos de la Asamblea Corporativa y Consejo Directivo y de las resoluciones de la Dirección General.

6. Formular políticas sobre comunicación, divulgación e imagen corporativa de la institución.

7. Establecer y mantener canales adecuados de comunicación con los medios de información, con los usuarios y con los funcionarios de la Corporación.

8. Recibir, tramitar y resolver las quejas y reclamos que presente la ciudadanía en general, relacionada con el desempeño de las funciones que adelanta la Corporación, para dar cumplimiento a lo establecido en la Ley 190 de 1995 y demás normas que la modifiquen o adicionen.

9. Informar periódicamente al Director General, conforme a las directrices preestablecidas, sobre el desarrollo y resultado de las quejas y reclamos presentadas por la ciudadanía conforme a lo previsto en el numeral anterior.

10. Ejercer las competencias disciplinarias de que trata la Ley y demás normas que se expidan sobre la materia.

11. Velar por el cumplimiento de los objetivos de la Corporación en concordancia con los planes, programas y proyectos, normas y políticas trazadas.

12. Dirigir, organizar y controlar las actividades relacionadas con el Centro de Documentación y Archivo General de la Corporación.

13. Mantener y perfeccionar el Sistema de Control Interno, de acuerdo a la naturaleza, estructura y misión de la Corporación.

14. Velar por la actualización y divulgación de las normas relativas al medio ambiente y al funcionamiento de la Corporación.

15. Evaluar periódicamente los procedimientos definidos para la Secretaría General y determinar la efectividad de los controles.

16. Las demás señaladas en la Constitución, la Ley, los Estatutos y las Disposiciones que determine la Corporación. (Corpocesar , 2017)

1.2 Diagnóstico inicial de la dependencia asignada.

La Corporación Autónoma Regional del Cesar es una corporación de gran importancia para la comunidad de su área de influencia ya que todas sus funciones van encaminadas a hacer grandes aportes a la región en temas de conservación ambiental. Teniendo en cuenta lo anterior, la CAR ha trabajado en procesos de mejoramiento continuo que incluyen una renovación interna donde el tema de comunicaciones no ha sido la excepción, de ahí que el trabajo interno y externo se ha visto positivamente influenciado en este campo.

Corpocesar cuenta con diferentes tipos de información que son generadas y evaluadas para su publicación, las cuales son emitidas en las diversas áreas y a través de diferentes medios de la Corporación. Se producen boletines de prensa e informes especiales para web, radio, prensa y televisión, que son revisados y corregidos por un editor (gramática y el estilo) y técnicamente verificados por el director general o un profesional, generalmente la fuente. Son escritos con rigor profesional y creatividad y se caracterizan por utilizar un lenguaje claro, sencillo, comprensible y accesible para todos los sectores sociales, todo esto abarcando ambas comunicaciones (Interna y externa).

Se determinó en este trabajo usar Estrategias de Comunicación Organizacional que aporten al desarrollo de la Corporación Autónoma Regional del Cesar, y teniendo en cuenta, las debilidades y fortalezas de manera interna y las amenazas y oportunidades a nivel externo de la empresa se concluyó que: (Tabla 1)

Tabla 1. *Matriz DOFA*

FORTALEZAS	DEBILIDADES
• Posee conocimiento y aceptación sobre la importancia de la comunicación dentro de la organización y los beneficios que trae para esta su utilización.	• La corporación cuenta con solo una persona en el área de comunicaciones, que es la periodista y jefe de prensa.
• Mantiene participación y apoyo constante y directo del director y los empleados a la hora de llevarse a cabo algún proceso comunicativo.	• Las funciones comunicacionales están ligadas a las funciones de la oficina de secretaria general, por lo que es importante tener aclaración y división de cada una de las dependencias.
• Cuenta con una página web que facilita la divulgación de todo lo relacionado con la corporación.	• No hay un medio estipulado para la difusión de comunicación interna.
• Existe buena identidad corporativa.	• No hay un equipo conformado que se encargue de

	llevar las comunicaciones de la empresa.
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
• Que los medios de comunicación se nieguen a la publicación de los artículos o actividades de la corporación de manera positiva.	• Entidades públicas de la región que buscan y requieren el apoyo de Corpocesar.
• Que se presenten situaciones en las que se requieran más tiempo de lo estipulado para lograr los objetivos propuestos.	• Hacer más de lo planeado
• Recursos económicos (situación económica) para invertir en medios publicitarios e impresos.	• Se genera constantemente información que se puede publicar y pasar por los medios de comunicación.

• Desequilibrio en la percepción sobre la ejecución correcta de los procesos que lleva la corporación.	• Buena reputación de la marca.
ESTRATEGIAS (DO)	ESTRATEGIAS (FO)
• Proponer y estipular un medio de comunicación interno para la difusión de información, sobre todo lo que sucede en la empresa. • Aprovechar la buena reputación de la Corporación para atraer más desarrollo y sostenibilidad en el campo.	• Conservar la buena identidad corporativa para lograr mantener una percepción positiva interna y externamente. • Aprovechar la generación constante de información para mantener una comunicación activa con los medios.
ESTRATEGIAS (DA)	ESTRATEGIAS (FA)
• Comenzar la búsqueda y la conformación de un equipo de trabajo que maneje las comunicaciones de la entidad.	• Mejorar la participación de los directivos y empleados en los procesos comunicativos para obtener

• Realizar con los directivos juntas para elaborar planes para el uso correcto de los recursos y la ejecución adecuada de los proyectos que lleva la Corporación.	mejores resultados en cada proceso de la empresa.

Nota : pasante

1.2.1 Planteamiento del problema

En Corpocesar, no se ha implementado el uso de estrategias de comunicación organizacional como tal, Además necesitan conocer lo que exige esta labor debido a que todo lo que abarca este proceso es influenciado e influencia al medio ambiente, implicando también mensajes, su flujo, su propósito, su dirección y el medio empleado para estos; igualmente implica personas, sus actitudes, sus sentimientos, sus relaciones y habilidades, y a esto se va a enfocar este trabajo.

A pesar de que la corporación tiene algunas funcionalidades que recopilan todo lo necesario para que se pueda comenzar con el movimiento y ejecución de diferentes tácticas de comunicación, se ve ciertamente un enfrascamiento en este tema debido a que aunque existen muchas ideas y proyectos con respecto a esto, no hay suficiente personal en el área de comunicación, lo que hace que se vuelva difícil la ejecución de tantas responsabilidades que recaen en una sola persona, y lo que se ve es un intento en pro del mejoramiento de esta área.

Debido a lo anterior se puede prever que para un futuro la corporación por falta de personal calificado en el área de comunicaciones, comience a decaer en cuanto a la producción de información y elaboración de contenidos, que es lo que lo mantiene actualmente.

Teniendo en cuenta el acelerado avance, y que en la actualidad las empresas se están percatando de la importancia que tiene el incluir la comunicación dentro de cada uno de sus procesos internos, por lo que una buena comunicación brinda. Corpocesar necesita alimentar y mantener la comunicación interna para lograr proyectar una excelente comunicación externa, todo esto con el fin de mejorar la competitividad de la organización, su adaptación a cambios futuros y constantes del entorno, facilitar el logro de objetivos y metas establecidas, y además satisfacer las propias necesidades y de los participantes; por lo tanto, se requiere una adaptación de los empleados a los cambios sociales que les permita una mejor preparación para el ingreso a la nueva dimensión de las comunicaciones, al campo laboral y a su proyección como organización, por eso es valioso introducir dichas estrategias en cada proceso de la empresa.

Como se puede observar actualmente las empresas requieren de una mano de obra calificada que responda a las demandas a nivel regional, nacional e internacional capaz de competir dentro del mercado con herramientas comunicacionales aplicadas a la realidad diaria. Por eso, Los empleados de Corpocesar y aún más importante el director necesitan involucrarse más a las comunicaciones de la empresa tanto internas como externas, que les permita obtener beneficios y así mismo comenzar a trabajar en relación de la ejecución de estrategias de comunicación, y que haya una motivación a la realización de las mismas.

Todas las estrategias de comunicación organizacional que se platearan buscan la viabilidad para poder aportar a la corporación y poder desarrollar y utilizar el material que se ha estipulado mediante esta propuesta, y que contribuyan a la difusión de información innovadora y creativa favoreciendo a cada una de las partes de la corporación, transformando y acelerando los procesos de desarrollo que se necesitan, y de esta manera dar paso a la introducción de nuevas formas de comunicación desde los diferentes campos organizacionales de la institución.

1.3 Objetivos de la pasantía.

1.3.1 Objetivo General

Desarrollo de una estrategia de comunicación para optimizar la comunicación interna a través del fortalecimiento de los canales de comunicación de los empleados de la Corporación Autónoma Regional del Cesar.

1.3.2 Objetivos Específicos

Realizar una auditoría interna que permita identificar los diferentes medios de comunicación que utilizan los empleados de la Corporación Autónoma Regional del Cesar.

Determinar cuáles son los medios de comunicación idóneos para mejorar la comunicación interna en Corpocesar, así como su uso y la frecuencia con la que se hace.

Desarrollo de la estrategia de comunicación y su posterior evaluación para mejorar el impacto dentro de la corporación.

1.4 Descripción de las actividades a desarrollar en la misma.

Tabla 2. *Plan de trabajo*

Objetivo General	**Objetivos Específicos**	**Actividades a desarrollar en la empresa para hacer posible el cumplimiento de los Boj. Específicos.**
- Desarrollo de una estrategia de comunicación para optimizar la comunicación interna a través del fortalecimiento de los canales de comunicación de los empleados de la Corporación Autónoma Regional del Cesar.	- Realizar una auditoría interna que permita identificar los diferentes medios de comunicación que utilizan los empleados de la Corporación Autónoma Regional del Cesar.	- Seleccionar los medios de comunicación que se encuentran activos dentro de la empresa, y así categorizar los diferentes tipos de información transmitidos a dichos canales de comunicación.
	- Determinar cuáles son los medios de comunicación idóneos para mejorar la comunicación interna en Corpocesar, así como su uso y la frecuencia con la que se hace.	- Establecer un cronograma de publicaciones con el fin de establecer una secuencia lógica y ordenada de la información que se envía.
		- Instalar un buzón de sugerencias para considerar las ideas y/o necesidades de los empleados de la corporación.

		- Diseñar los formatos que se utilizarán en cada una de las publicaciones que se realizarán. - Hacer una socialización con el personal de la corporación para indicar la importancia del uso de medios de comunicación interna.
	- Desarrollo de la estrategia de comunicación y su posterior evaluación para mejorar el impacto dentro de la corporación.	- Elaboración de una lista de chequeo que permita medir el impacto de la estrategia, así como la pertinencia del contenido de la información.

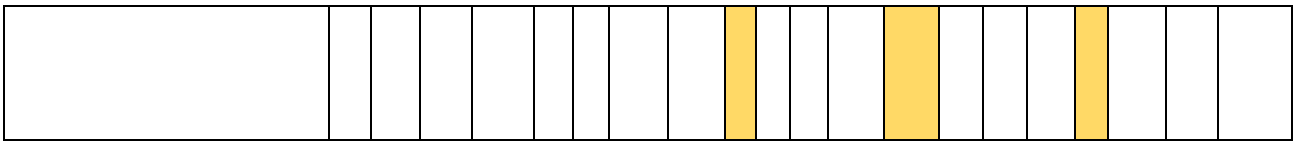
Nota : Pasante

1.5 Cronograma de actividades.

Tabla 3. Cronograma de Actividades

ACTIVIDADES	MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
- Seleccionar los medios de comunicación que se encuentran activos dentro de la empresa, y así categorizar los diferentes tipos de información transmitidos a dichos canales de comunicación.																				
- Clasificar el contenido que se va a publicar y el medio que será utilizado.																				
- Fijar quienes serán los Autores – colaboradores.																				

- Definir las categorías de interés para la audiencia, cuales son las preferencias. (EJ. Salud, belleza, tecnología, lanzamientos, etc.)																				
- Definir el lugar adecuado para colocar el buzón de sugerencias.																				
- Diseñar los formatos que se utilizarán Para la redacción de las opiniones de los empleados.																				
- Realizar seguimiento a la información depositada en el buzón para que haya credibilidad.																				



Nota : Pasante

Capitulo 2. Enfoque Referencial

2.1. Enfoque conceptual

Comunicación Interna. Capriotti (2009, p. 39). En su libro Branding Corporativo, presenta el concepto de comunicación interna como el conjunto de mensajes y acciones de comunicación elaboradas de forma consciente y voluntaria para relacionarse con los públicos de la organización, con el fin de comunicar con ellos de forma creativa y diferenciada sobre las características de la organización, sobre sus productos y/o servicios y sobre sus actividades. Según los autores Brandolini y González Frígoli (2009, p.28) la comunicación interna es una herramienta o una técnica de gestión, donde el objetivo primordial es la eficacia en la recepción y comprensión del mensaje.

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

Comunicación estratégica. Marcelo Minucia, considera a la comunicación estratégica "como un espacio de sincronía y gestión de significados. La comunicación se transforma en estratégica cuando se posiciona como un proceso que permite otorgar un sentido a las percepciones, a los significados y las distintas señales del entorno cotidiano en función de

objetivos corporativos compartidos. ”La comunicación estratégica permite diseñar y gestionar significados”. (Pérez, s.f.)

Para Mónica Delgado Solano, “la comunicación estratégica es importante para las empresas ya que participa en el diseño de planes estratégico de las organizaciones y busca garantizar el cumplimiento de objetivos a través de sus acciones a realizar por cada uno de los miembros de la empresa”. (Pérez, s.f.)

Para Daniel Scheinsohn**,** “la comunicación estratégica es una interactividad, una hipótesis de trabajo para asistir a los procesos de significación, ya sean estos en empresas o en cualquier otro sujeto social”. (Pérez, s.f.)

Para Felipe Nieves Cruz, “la comunicación estratégica debe ser entendida como un proceso Participativo que permitirá trazar una línea de propósitos que determina el cómo se pretende lograr los objetivos”. (Pérez, s.f.)

Según Abraham Nosnik, “la comunicación estratégica es una forma de pensar sistémicamente en cualquier nivel, ya sea personal, grupal y social. Este pensamiento sistémico obliga a concebir el proceso de la comunicación como un sistema para lo cual se necesita estar consciente de todas las partes que la integran”. (Pérez, s.f.).

Comunicación Organizacional. La comunicación organizacional es la base de los procesos administrativos al facilitar el intercambio de información, la interacción entre los miembros y la construcción de la identidad y cultura corporativa de la organización. De igual

forma “busca apoyar la estrategia de la empresa, proporcionando coherencia e integración entre los objetivos, planes y acciones de la dirección”. (Moreno Cano, Arbelaez Luna & Calderon Davila, 2014)

Por lo tanto, la comunicación organizacional “debe ser gestionada y proyectada de manera Integral: integrada a la estrategia corporativa y en armonía con los diferentes tipos de Comunicación”. (Moreno Cano, Arbelaez Luna & Calderon Davila, 2014)

2.2. Enfoque legal

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. (Constitucion Política de Colombia, 1991)

En Colombia, la normatividad frente a derechos de autor tuvo su inicio en la **ley 23 de 1982**, donde reconoce a los autores de obras literarias y artísticas (entre estas las musicales), un conjunto de prerrogativas de tipo moral y patrimonial que en el caso de las segundas le facultan para autorizar de manera previa y expresa cualquier utilización que sobre las mismas se pretenda adelantar.

Como una de las características fundamentales del derecho de autor, en cuanto hace a su contenido patrimonial, es que se trata de un derecho exclusivo, sólo su titular decide la forma en que puede ser utilizada la creación.

La ley 23 de 1982: En el Artículo 12 se hace referencia a los derechos patrimoniales en los siguientes términos:

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

a) Reproducir la obra;

b) Efectuar una traducción, una adaptación, un arreglo o cualquier otra transformación de la obra, y

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

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

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

a) La reproducción de la obra por cualquier forma o procedimiento;

b) La comunicación pública de la obra por cualquier medio que sirva para difundir las palabras, los signos, los sonidos o las imágenes;

c) La distribución pública de ejemplares o copias de la obra mediante la venta, arrendamiento o alquiler;

d) La importación al territorio de cualquier País Miembro de copias hechas sin autorización del titular del derecho;

e) La traducción, adaptación, arreglo u otra transformación de la obra. (La ley 23, 1982)

Capítulo 3. Informe del cumplimiento del trabajo

3.1. Presentación de Resultados

Objetivo específico 1 . - Realizar una auditoría interna que permita identificar los diferentes medios de comunicación que utilizan los empleados de la Corporación Autónoma Regional del Cesar.

Seleccionar los medios de comunicación que se encuentran activos dentro de la empresa, y así categorizar los diferentes tipos de información transmitidos a dichos canales de comunicación.

Para iniciar con este proyecto, se realizó una especie de auditoria interna para lograr identificar cuáles son los medios de comunicación más utilizados dentro de la Corporación, a través de una tabla de auditoria se pudo identificar los medios más comunes que frecuentan los funcionarios de CORPOCESAR.

Tabla 4.*Auditoría interna para identificar los medios de comunicación que se encuentran activos dentro de la empresa.*

Dependencia	Medios de comunicación	Tipo de Información
SUBDIRECCION GENERAL DE PLANEACION	- Llamadas telefónicas - Correos electrónicos - WhatsApp	Información privada e interna.

COORDINACION DE EDUCACION AMBIENTAL	- Fax - Correos electrónicos - Teléfono	Información externa.
COORDINACION DE RESIDUOS PELIGROSOS Y PRODUCCION MAS LIMPIA.	- Correos electrónicos - WhatsApp	Información interna y externa.
COORDINACION DE RECURSOS NARURALES	- Correo electrónico - Teléfono (llamadas)	Información externa e interna.
COORDINACION DE SISTEMAS	- Teléfono (llamadas) - Personalmente	Información pública e interna.
SECRETARÍA GENERAL	- Teléfono - Correo electrónico	Información privada, pública e interna.
COMUNICACIONES	- Carteleras (físicas) - Correos electrónicos - WhatsApp - Oficios.	Gracias a estos medios comunicaciones tiene la ventaja de manejar información acerca de eventos, campañas, reuniones, proyectos, etc. (publica, interna y externa)

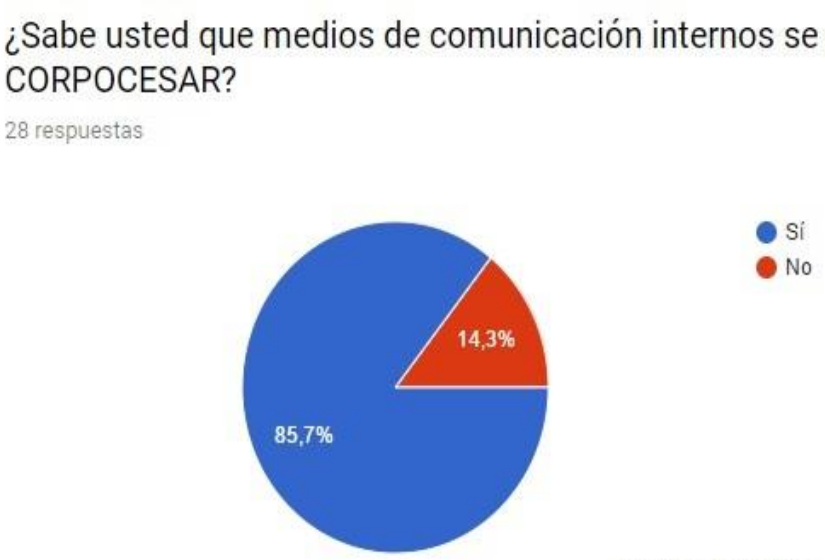
Nota: Pasante

La tabla anterior, permitió conocer los medios que utilizan cada una de las dependencias que conforman la Corporación. Así mismo, al concluir la auditoria se hizo inherente el saber qué tipo de información es la que se debe proporcionar a los empleados a través de los medios internos, por lo tanto:

Para categorizar los tipos de información transmitidos en los diferentes canales de comunicación, se utilizó como instrumento una encuesta piloto realizada de forma digital en

Google Drive. Con esta se pudo conocer la opinión de los empleados sobre los temas e información que se debe publicar y lo que les gustaría que se abordara en dichos medios internos de comunicación. Es importante mencionar que este instrumento se aplicó a 28 funcionarios de la Corporación Autónoma Regional del Cesar. Entre tanto, estas preguntas se realizaron con la finalidad que nuestro público objetivo tuviera mayor participación en la ejecución de la propuesta. **(Apéndice 1 formato de encuestas a los Funcionarios)**

Resultado de la encuesta por pregunta.



Fuente: Pasante

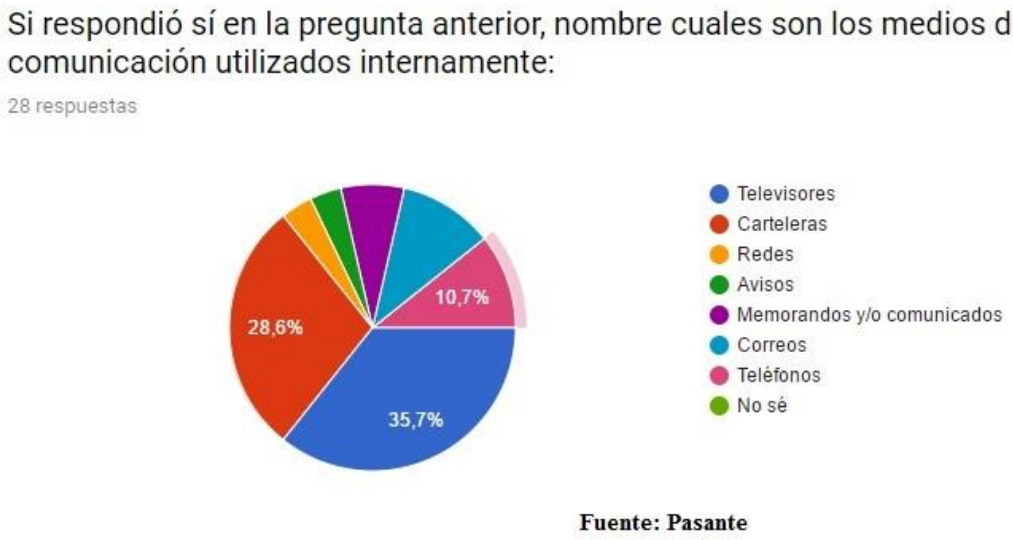


Figura 2. Medios de comunicación utilizados internamente

Nota : Pasante





Figura 3. Percepción frente a la falta de medios de comunicación internos

Nota: Pasante



Figura 4. Clase de información de gusto para leer

Nota: Pasante

Análisis de la encuesta por pregunta.

1. **¿Sabe usted que medios de comunicación internos se manejan en CORPOCESAR?**

Tabla 5. *Opinión de los funcionarios acerca de su conocimiento sobre los medios de comunicación internos de la Corporación.*

Opciones	No de personas	Porcentaje
Si	**24**	**85,7%**
No	**4**	**14,3 %**
Subtotal		**=100**

Nota: Pasante

Análisis: Se establece que el 85,7%, es decir, las mayoría de los funcionarios encuestados, conoce los medios internos de comunicación que se manejan en la Corporación Autónoma Regional del Cesar, mientras que el 14,3% afirmaron no conocerlos. Por lo que permite ver, que los funcionarios están al tanto de medios de comunicación, considerando que este aspecto es muy importante para el desarrollo de su empresa.

1. **Si respondió sí en la pregunta anterior, nombre cuales son los medios de comunicación utilizados internamente:**

Tabla 6. *Los medios internos de comunicación manejados en la Corporación***.**

Opciones	No de personas	Porcentaje %
Televisores	**10**	**35,7%**
Carteleras	**8**	**28,6%**
Redes	**1**	**3,6%**
Avisos	**1**	**3,6%**
Memorandos	**2**	**7,1%**
Correos	**3**	**10,7%**
Teléfonos	**3**	**10,7%**
No sé	**0**	**0%**
Subtotal		**=100**

Nota Pasante

Análisis: Ante la pregunta formulada para detectar los medios de comunicación internos se evidencia que el más utilizado por los empleados de Corpocesar son los carteleras digitales (televisores). También es importante resaltar que en segunda instancia las carteleras físicas son igualmente un medio muy manejado internamente, por lo que es necesario mencionar que el punto de vista de los empleados, es vital para que la información llegue oportunamente a cada uno de ellos.

2. ¿Está usted de acuerdo con los medios de comunicación internos que utiliza la Corporación?

Tabla 7. *Opinión de aceptación o desacuerdo con los medios internos de la Corporación.*

Opciones	No de personas	Porcentaje
Si	**15**	**53,6%**
No	**6**	**21,4 %**
Tal ves	**7**	**25%**
Subtotal		**=100**

Nota: Pasante

Análisis: Ante esta pregunta los funcionarios manifiestan estar muy de acuerdo con los medios que se están empleando en la corporación, lo que permite deducir que no solo hay un conocimiento de que existen medios internos de comunicación en la empresa, sino que también hay una aprobación por parte del público interno. Todo esto, sin ignorar ni dejar de lado los empleados que aún no están satisfechos con dichos medios.

3. **¿Qué cree usted que le hace falta a los medios de comunicación internos, con respecto a la información o anuncios que manejan?**

Tabla 8. *Que les falta a los medios de comunicación internos*

Opciones	No de personas	Porcentaje %
Socialización	**9**	**32,1 %**
Actualización	**10**	**35,7%**
Información interesante	**2**	**7,1%**
Mayor difusión y/o publicidad	**2**	**7,1%**
Mejorar imágenes y videos	**4**	**14,3%**
No les hace falta nada	**1**	**3,6%**

Nota: Pasante

Análisis: Esto nos permite identificar que los medios internos de comunicación de Corpocesar les hacen falta una serie de aspectos que conllevan a un mejor funcionamiento de

estos mismos. Entre estos aspectos están más actualización, socialización, mejoramiento de imágenes y videos, inclusión de información interesante y mayor difusión y/o publicidad.

Los anteriores resultados reflejan que los funcionarios consideran que los medios de comunicación internos de la Corporación, deben responder a los objetivos de la institución y a los intereses corporativos, en favor del desarrollo de la comunicación de la entidad y el cumplimiento para que sea más proactiva.

4. ¿Qué clase de información le gustaría ver o leer?

Tabla 9. *Otros temas que los funcionarios quieren que se aborde en los medios de comunicación internos.*

Opciones	No de personas	Porcentaje %
Convocatorias, fechas especiales y reuniones	**7**	**25 %**
Eventos e información de la corporación	**9**	**32,1%**
Temas de actualidad	**1**	**3,6%**
De todo un poco	**4**	**14,3%**
No sé	**1**	**3,6%**
Fechas y temas ambientales	**6**	**21,4%**

Nota: Pasante

Análisis: Se pudo identificar que el 32,1% de los empleados está de acuerdo con que en la parrilla de publicaciones se siga divulgando acerca de eventos e información de la corporación, el 25% dijo que se introduzcan convocatorias, fechas especiales y reuniones, el 21,4% fechas y

temas ambientales, el 14,3% que se publique de todo un poco, esto con respecto a la corporación a nivel general y el 3,6% que se muestren temas de actualidad. El 3,6% dijo no sé.

Estos resultados muestran la manera como los empleados consideran se debe manejar la información que se pública en los diferentes medios de comunicación de la corporación. Ellos también hacen relucir los temas que son de su interés respondiendo a las funciones de la corporación.

Sin embargo, cabe destacar que algunos de los otros temas que consideran importantes, tiene que ver con actualidad, el ambiente y lo corporativo. Esta tendencia no es en vano sino que responde a rasgos propios de la cultura organizacional e individual, caracterizada por una actitud divertida y dinámica. El trabajador de Corpocesar es una persona centrada, amante a lo diferente, llamativo y se interesada por los temas referentes a la corporación y a lo ambiental. Lo que refleja la encuesta, es simplemente una caracterización de la idiosincrasia de los miembros de Corpocesar, y que todo lo que se informe por medio de la comunicación interna de la entidad, no puede ser ajena a ella.

Población:

En este estudio la población estuvo constituida por 50 Funcionarios que permanecen dentro de la Corporación Autónoma Regional del Cesar.

Una vez seleccionada la población se procedió a la aplicación de la formula teniendo en cuenta:

Presentación de Resultados

N = Tamaño de Población = 50 Funcionarios.

ZC = Nivel de confianza (90%= 1.645) (95% = 1.96) (99%= 2.575)

P = Proporción de aceptación (50%)

Q = Proporción de rechazo (50%)

E = Error de estimación (Inferior al 10%)

Formula de la muestra

$$N = \frac{N\,(p * q)\,(Zc)^2}{(N-1)\,E^2 + [(Zc)^2\ p * q}$$

N= 50

Zc= 90 % = 1.645

E = 1%

$$N = \frac{50\ (0.5 \text{ X } 0.5)\ (1.645)^2}{(50-1)\ (0.01)^2\ [(1.645)^2 \text{ X } 0.5\text{X } 0.5]}$$

$$N = \frac{50 \text{ X } 0.25 \text{ X } 2.706}{49 \text{ X } 0.0001 + 2.706 \text{ x } 0.25}$$

$$N = \frac{33.83}{0.0049 + 0.67}$$

$$N = \frac{18.94}{0.675}$$

$$N = 28$$

Recolección de Información

En el presente proyecto se utilizó la técnica de la encuesta teniendo en cuenta, que es la más adecuada en este tipo de investigaciones, pues su propósito radica en obtener información relativa a características predominantes de una población mediante la aplicación de procesos de interrogación y registro de dato, denominándose así como cuestionario, en donde varían las preguntas, abiertas o cerradas dependiendo de la información que se requiera para dicho estudio. (Hernández)

La técnica que se utilizó en el proyecto fue una encuesta, que se realizó de forma estructurada y las fuentes escogidas fueron los Funcionarios de Corpocesar.

Objetivo específico 2. Determinar cuáles son los medios de comunicación idóneos para mejorar la comunicación interna en Corpocesar, así como su uso y la frecuencia con la que se hace.

- **Actividad 2ª. Establecer un cronograma de publicaciones con el fin de establecer una secuencia lógica y ordenada de la información que se envía.**

En una reunión con los funcionarios del área de Comunicaciones y el director general de la corporación, se socializó el siguiente cronograma de actividades el día 28 de abril de 2017, quedando aprobado como se describe a continuación. (Fotografía 6)

El cronograma de las actividades de la Corporación Autónoma Regional del Cesar, fue aprobado primero por la Jefe de Prensa Alvana Ríos y posteriormente por el Director General debido que serían las acciones que la misma empresa realizaría, además se acordó como sería el diseño que lo caracterizaría.

Cada actividad queda plasmada en el cronograma, el cual se elaborará mensualmente por funcionarios del área de Comunicaciones.

Esta idea nace con la necesidad de mantener un orden a nivel interno, sobre las múltiples gestiones que viene adelantando la Corporación, es por esto que surge la idea de crear este modelo: (Apéndice: 2 Diseño Cronograma de Actividades)



MES 2017	Fecha de publicación	Fechas especiales (Ambientales)	Objetivo del Post	Temática	Contenido visual (Foto, video, grafico, etc.9	Medio utilizado
Semana 1						
Semana 2						
Semana 3						
Semana 4						

Figura 5. Cronograma de Actividades

Nota: Pasante

- **Actividad 2b. Instalar un buzón de sujerencias para considerar las ideas y/o necesidades de los empleados de la corporación.**

Debido a la falta de recursos de la corporación, no fue posible cumplir con lo estipulado anteriormente. Por eso, fue necesario replantear la actividad y posteriormente en una reunión con la Jefe de prensa de la Corporación llegar a lo siguiente:

La corporación cuenta con carteleras digitales, las cuales no estaban siendo utilizados de forma adecuada, su contenido no era actualizado hace ya varios meses, se estaban utilizando imágenes poco llamativas y la información que se transmitía no llegaba oportunamente al público interno, creando un desinterés colectivo. Debido a esto, se hizo vital hacer un cambio en el tipo de material usado, así mismo cambiar la información y mantener actualizadas las carteleras con respecto a las noticias que la misma corporación genera constantemente.

Al encontrarse las carteleras digitales en ese estado, se llegó a la conclusión de comenzar la producción de contenidos visuales y audiovisuales más atractivos, y de esta manera sacarle mayor provecho a este medio de comunicación interno y provocar interés en los empleados y visitantes que ingresan a la empresa.

Cabe destacar que estas carteleras digitales (Televisores) están ubicados estratégicamente dentro de la empresa. Por eso, se tomó la decisión de escogerlos como punto de referencia y crear contenidos interesantes gracias a la recopilación de fotos y videos de actividades, campañas, eventos y demás acciones que realiza Corpocesar.

- **Actividad 2c. Diseñar los formatos que se utilizarán en cada una de las publicaciones que se realizarán.**

Para mantener la imagen corporativa de la Corporación Autónoma Regional del Cesar (Corpocesar), se hizo uso del logotipo original de la entidad en el diseño de los formatos utilizados para las publicaciones de imágenes y se conjugó con algunos objetos que hacen alusión al papel que desempeña la temática ambiental. Lo que se hizo fue que cada publicación

interna de CORPOCESAR, quedara con los mismos colores usados en esta y fuera una plantilla sencilla y bonita visualmente hablando, además usando claramente el logo de la empresa en cada una de ellas.

A su vez, el diseño refleja la visión al desarrollo integral entre la naturaleza y la comunidad (empleados) para así crear identidad corporativa.

En este sentido, se hace uso de los colores azul, verde y negro manteniendo el tono institucional, que representa confianza. Se hizo un contraste con las tonalidades de verdes y blanco, puesto que son colores complementarios del tono institucional, y además brindan vistosidad a las imágenes.

Los elementos que acompañen al diseño son alusivos al tema que se vaya a tratar. (Apéndice: 3 Diseño Formatos de la Corporación Autónoma Regional del Cesar)**.** El diseño para imágenes se usará como se muestra a continuación:

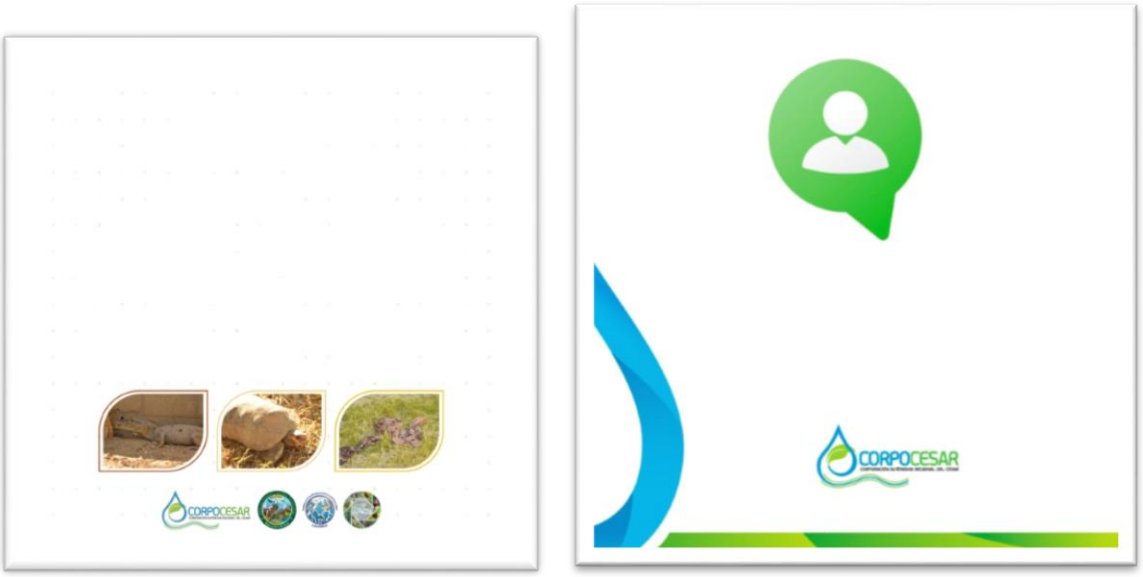


Figura 6. Diseño de Formatos

Nota: Pasante

- **Actividad 2d. Hacer una socialización con el personal de la corporacion para indicar la importancia del uso de medios de comunicacion interna.**

Teniendo en cuenta la importancia que tienen los medios de comunicación actualmente dentro de las empresas, y ademas, que sus empleados sepan e interactuen de forma continua con cada uno de dichos medios internos, y también teniendo presente las falencias que se hallaron con respecto al conocimiento de: cuales son los medios que maneja la corporación, que información manejan y porque son tan fundamentales, se hizo conveniente realizar una socialización con los funcionarios internos de Corpocesar.

Dicha socializacion consistió en llevar un mensaje directo y eficaz sobre cual es la importancia de los medios internos de comunicación. Esto fue a tráves de dos ejemplos

dinámicos que fueron utilizados para graficar el mensaje que realmente se quería transmitir al público.

Para lograr lo propuesto anteriormente, fue primordial tener una estructura apriori, que fue la idea de hacer una socializacion a nivel general con todos los empleados de la Corporación pero al final se llegó a la conlusion de que la actividad tendría mayor acogida si se hacia por oficina, las cuales estan compuestas por mas de 4 personas.

Objetivo específico 3. Desarrollo de la estrategia de comunicación y su posterior evaluación para mejorar el impacto dentro de la corporación.

- **Actividad 3ª. Elaboración de una lista de chequeo que permita medir el impacto de la estrategia, así como la pertinencia del contenido de la información.**

Teniendo en cuenta que al inicio de esta pasantía se realizó una auditoria buscando categorizar los medios internos de comunicación y posteriormente encontrar los puntos débiles de esta por medio de la encuesta, fue pertinente finalizar este trabajo con la elaboración de una lista de chequeo.

La lista de chequeo es una herramienta muy importante y efectiva a la hora de llevar un control de los procesos que se han llevado a cabo, por eso, se decidió plasmarla como una actividad del proyecto de pasantía. Esta actividad fue planteada con el fin de asegurar el

cumplimiento de lo propuesto y así medir el impacto de la estrategia propuesta en este trabajo.

Sin embargo, lo más importante es que se asegure la consecución de los aspectos que afectan la calidad del resultado final del proceso que se desarrolló a lo largo de todo este tiempo.

Para completar este trabajo, su planeación, organización y su ejecución se ha hecho la siguiente lista de chequeo, para poder representar la eficacia de lo que se emprendió y apropiarse del estado actual de la comunicación interna de la Corporación Autónoma Regional del Cesar.

A través de un listado de preguntas en forma de cuestionario, que sirven para la verificación del grado de cumplimiento de las acciones establecidas y así mismo de ayuda para la memoria, proporcionando de esta manera un método para una rápida verificación de los ítems planteados según el tipo de asunto a controlar. Este instrumento Contribuye también a normalizar o estandarizar líneas de acción sistemáticas detallando cada uno de los puntos de actividad o proceso.

Esta Herramienta elaborada a continuación es para el registro de hallazgos y conclusiones de la auditoría hecha al inicio y para medir el impacto de la estrategia y la pertinencia del contenido de la información:

Tabla 10. Lista de chequeo para verificación del plan de mejoramiento de la comunicación interna en Corpocesar

CRITERIO A EVALUAR	*Sí*	*NO*	*OBSERVACIONES o RECOMENDACIONES*
Los medios usados internamente son idóneos	X		
La frecuencia con la que se publica es correcta		X	Las publicaciones tienen que ser más constantes, para que no se pierda la tónica de los receptores al ver la misma información siempre; después le pierden el sentido.
El personal conoce los medios de comunicación internos	X		
Interacción del empleado con la información emitida	X		
Correcta utilización de los medios internos	X		
El equipo de comunicaciones está completo	X		
Los directivos invierten y aportan a la comunicación interna de la corporación		X	A los directivos les falta más compromiso con respecto a la importancia que tiene la comunicación interna en una empresa, esta es esencial para mantener conectados al público interno y crear mayor sentido de pertenencia.
TOTAL: SI: 5 = 72% NO: 2 = 28%			Nivel de cumplimiento: 72%
Quien lo realizó: Keily Yisel Cañizares P			
Fecha: 8 de Julio de 2017			
Quien revisó: Alvana Rios (Jefe de Prensa)			

Según los ítems enmarcados en la tabla anterior, se logró mostrar un nivel de cumplimiento del 72% con respecto a lo planteado a lo largo de la pasantía. A través de este instrumento se demuestran una serie de mejoras que ha tenido la comunicación interna de la Corporación, como por ejemplo que los medios utilizados internamente para realizar las publicaciones son idóneos para la empresa, es decir, que son adecuados para el tipo de información requerida y para llegar de manera oportuna a los empleados.

El listado anterior contiene otra serie de hallazgos o acciones que lograron posicionarse dentro de la empresa. Además de que el personal ahora tiene un conocimiento mayor acerca de estos medios, también se ha creado una mayor vinculación e interacción de estos con la información presentada y que ha aumentado la participación de cada uno de los involucrados en las diferentes actividades de la Corpocesar.

Por otro lado, se pudo también confirmar el correcto uso de los medios internos, debido a que cada uno tiene un propósito y tienen diferentes formas de uso, por ejemplo no es lo mismo publicar en las carteleras digitales que a través del correo electrónico, las estrategias que se manejan para cada una son completamente diferentes para que pueda haber éxito.

Así mismo, el equipo de comunicaciones juega un papel importante en el cumplimiento de cada asunto propuesto, y son los que llevan la bandera de cada estrategia planteada; para tener un mejoramiento a nivel interno es esencial no solo que se creen contenidos y se publiquen gran cantidad de cosas, sino que también es importante que haya un equipo establecido y que cada uno tenga sus deberes claros y de esta manera todos aporten en dirección a lo que se quiere conseguir, por eso se vio la importancia de incluir este ítem en la lista de chequeo.

Por otro lado, en dicho listado hay dos puntos que se deben trabajar y es evidente que se necesita compromiso y un poco más de organización para que se logre conseguir un cambio y mejorar los resultados esperados. Las publicaciones deben hacerse en intervalos de tiempo determinados, de esta manera no habrá un enfriamiento en los receptores y todo el tiempo va haber interés por parte de estos para conocer la información presentada. Por último, los directivos son ese apoyo principal a la hora del aumento de sentido de pertenencia y de interés por parte de sus funcionarios, así que ellos son los principales responsables que todo lo que se proponga para mejorar la comunicación interna, y que esta de fruto y se posicionen de una u otra forma. En este momento para lograr ese posicionamiento dentro de la empresa se necesitan diferentes herramientas que los directivos deben proporcionar al equipo de comunicaciones y tener efectos positivos a un futuro no muy lejano.

Para concluir, se puede decir que hay un evidente contentamiento gracias a todo lo logrado durante el tiempo estipulado, es vital hacer referencia en que los puntos marcados en la lista de chequeo no son las mismas actividades establecidas de la pasantía, estos puntos fueron sacados para medir el impacto de la comunicación interna, y asegurarse si la gestión va por buen camino y que se debe mejorar.

Boletín interno

Finalmente, en este proyecto se implementó una nueva estrategia de comunicación interna llamada boletín interno, el cual se publica cada 15 días y se envía a cada uno de los correos de los empleados de la Corporación. Este instrumento no estaba estipulado dentro de las actividades de esta pasantía, pero luego de tener un conocimiento previo de las políticas internas de comunicación de la empresa, se descubrió que el boletín interno era una de ellas y no se estaba cumpliendo con su ejecución.

Teniendo en cuenta que este trabajo de pasantía es acerca del fortalecimiento de los canales de comunicación internos, se vio la oportunidad de crear este medio y ponerlo en funcionamiento dentro de la corporación y así mismo, promover la participación de todos los funcionarios de la misma.

Hasta la fecha se han realizado dos publicaciones las cuales han tenido gran éxito y han sido bien acogidas por el público de interés. Con tan solo dos ediciones de este boletín, se ha visto gran atención por parte de los empleados y la participación de cada una de las dependencias en la generación de contenidos para este medio de comunicación.

El propósito de este boletín es informar a cada uno de los empleados sobre los eventos de la corporación, y también mostrar avances y gestión que realiza la misma a través de cada una de las dependencias. No obstante, lo principal es generar participación de todos los actores y así mismo crear sentido de pertenencia en cada uno de ellos.

Este boletín, hasta el momento está conformado por 7 secciones, entre las que se encuentra la sección noticia informativa, Red de Fauna y Flora del Cesar, entretenimiento, bienestar social, así nos registran los medios, avisos y cita de la semana, todas estas pensando en el interés del empleado.

El boletín interno cuenta con un diseño sencillo y acorde a los tonos corporativos, se usaron los colores verde, azul y blanco. Además, de los diseños de las fotos que se utilizan para graficar cada uno de los temas expuestos allí. (Apéndice: 4 Diseño Boletín Interno de la Corporación Autónoma Regional del Cesar)



BOLETÍN YO SOY CORPOCESAR

NOTICIA INFORMATIVA

Corpocesar realizará conversatorio sobre conservación de la abeja africanizada y las especies nativas.

La Corporación Autónoma Regional de Cesar, Corpocesar en alianza con el Centro Comercial Guatapurí Plaza, realizarán el conversatorio "Conservación de la especie abeja africanizada frente al cambio climático y la prevención de riesgos en la salud humana" con el objetivo de incorporar conceptos y prácticas orientadas a contribuir con la preservación apícola en la región.
El evento se llevará a cabo en las instalaciones de Centro Comercial Guatapurí Plaza, en la ciudad de Valledupar, el día 28 de Julio de 2017 desde las 2:30 pm.
Para mayor información pueden contactar los correos electrónicos:
pmlrespel@corpocesar.gov.co / ruacorpocesar@gmail.com

Las personas que deseen asistir a este evento pueden inscribirse a través del siguiente link:
https://docs.google.com/forms/d/1DhrIIiOW5dcs0u4DFEQPEqgx3SgN-MdUW1yNJCHW1aRU/viewform?chromeless=1&edit_requested=true

Conversatorio
Conservación de la especie abeja africanizada *Apis mellifera* frente al cambio climático y prevención de riesgos en la salud humana

CORPOCESAR exige cumplimiento de las compensaciones ambientales a Ruta del Sol 2

BOLETÍN YO SOY CORPOCESAR

ENTRETENIMIENTO

¿Quién resuelve este ejercicio rompecabezas?

Un lector de un libro estaba tan enojado que arrancó las páginas 6, 7, 84, 85, 111 y 112.

Cuantas Hojas arrancó en total?
a-3 b-4 c-5 d-6 e-7

BIENESTAR SOCIAL

Rumbaterapia

Todos los jueves, 5:30 de la tarde. Están cordialmente invitados todos los funcionarios (Hombres y mujeres)

Beneficios
- Quemas calorías
- Quita el estrés y mejora tu estilo de vida
- Activa y mejora la circulación de la sangre al corazón.
- Mejora la respiración, al fortalecer los pulmones.
- Regula la tensión arterial.
- Fortalece músculos y huesos, disminuyendo el riesgo de padecer osteoporosis.
- Mejora la flexibilidad de todas las articulaciones.
- Contribuye a conciliar el sueño. Libera tensiones, depresión y estrés.
- Mantiene el cerebro en forma, pues requiere mucha concentración.



Figura 7. Imágenes de Boletín informativo

Nota: pasante

Capítulo 4. Diagnóstico Final

Para poder llevar a cabo la pasantía “PLAN DE MEJORAMIENTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA DE LA CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DEL CESAR (CORPOCESAR)”! se llevaron a cabo una serie de actividades que fueron el pilar para obtener un cambio y un mejoramiento en la comunicación interna de esta empresa. Se comenzó realizando una tabla de auditoria la cual se apoyó con una encuesta, con la que se evidenció, cuál era la opinión de los empleados con respecto a los medios internos de comunicación que se emplean dentro de Corpocesar. Una vez conocido los resultados se siguió con la ejecución de las demás actividades.

Ya aprobado este proyecto se comenzó la elaboración de elementos visuales y audiovisuales, como imágenes, videos, etc. También se comenzó el diseño de los formatos que se requerían para las publicaciones pertinentes, estos componentes se usan actualmente para alimentar las carteleras digitales y las físicas e incluso para enviar información por correo electrónico.

Se plantea que el proyecto se ponga en marcha a partir de la pasantía del presente año. Durante el transcurso de la pasantía se obtuvo una amplia experiencia, se aplicaron todos los conocimientos vistos durante la carrera , permitiendo así desarrollar las habilidades y destrezas . El haber realizado este proyecto en esta empresa significa dar un paso en el ámbito profesional.

Conclusiones

Culminado este proyecto en la Corporación Autónoma Regional del Cesar de la ciudad de Valledupar, se pudo determinar que los funcionarios necesitan ser informados acerca de cada proceso y evento que realice la corporación pues según ello, la empresa está dotada de mucha información de interés y muchos medios propicios para divulgarla, pues constantemente se emiten normativas que los rigen, así como proyectos y programas que los beneficia a ellos y a la comunidad en general de los cuales deben estar enterados.

La existencia de medios dentro de una empresa en estos tiempos facilita y mejora la conexión entre la organización y sus públicos internos, optimizando y categorizando los niveles de servicios, cercanía y confianza entre los implicados. La existencia de un plan de mejoramiento de estos medios de comunicación internos pretende comunicar, educar, y fidelizar a los empleados de Corpocesar y de esta forma potenciar y fortalecer las comunicaciones.

Recomendaciones

La recomendación principal para este proyecto es que la Corporación Autónoma Regional del Cesar brinde un apoyo económico para la instalación de mejores equipos (Computadores, cámaras de video y fotográficas, etc.) Para el grupo de comunicación y así mismo, instalar programas de edición y diseño de imágenes.

Otra recomendación es seleccionar prioridades con respecto a la comunicación interna, hay más dedicación a nivel externo. Debido que se puede percibir fácilmente el abismo que hay entre el público exterior y el público interior.

Realizar constantemente socializaciones con el personal interno llevándoles un mensaje que promueva espacios de adquisición de información y conocimiento acerca de todo lo relacionado con su lugar de trabajo.

Luego de estar un periodo de tiempo creando contenidos informativos, tener presente el monitoreo que permita evaluar el impacto que se ha logrado con los contenidos publicados a través de los distintos medios internos de comunicación, para los funcionarios de Corpocesar en Valledupar.

Referencias

Acuerdo de consejo directivo de Corpocesar (1994). Recuperado el 16 de Maro de 2017, de https://www.corpocesar.gov.co/files/Acuerdo%20organigrama.pdf

Constitucion Politica de Colombia (Asamblea Nacional Constituyente 1991). Recuperado el 16 de Marzo de 2017, de http://www.corteconstitucional.gov.co/?bTy

Corpocesar. (2011). Obtenido de http://www.corpocesar.gov.co/orga.html

Corpocesar. (2017). *Manual de Funciones de la Oficina de Secretaria General Corpocesar*.

Hernández, M. A. (s.f.). *Estudio De Encuestas* . Obtenido de https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/ENCUESTA_Trabajo.pdf

La ley 23 (Congreso de la republica 28 de Enero de 1982). Recuperado el 16 de Marzo de 2017, de http://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-3717.html

Moreno Cano, Arbelaez Luna & Calderon Davila. (2014). IMPLEMENTACIÒN DE HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN INTERNA COMO GENERADORAS DE CAMBIOS EN LAS PYMES. *www.razonypalabra.org.mx*. Recuperado el 16 de Marzo de 2017, de http://studylib.es/doc/4730747/implementaci%C3%B2n-de-herramientas-de-comunicaci%C3%B3n-interna

Org. Corpocesar. (2017). Obtenido de http://www.corpocesar.gov.co/orga.html

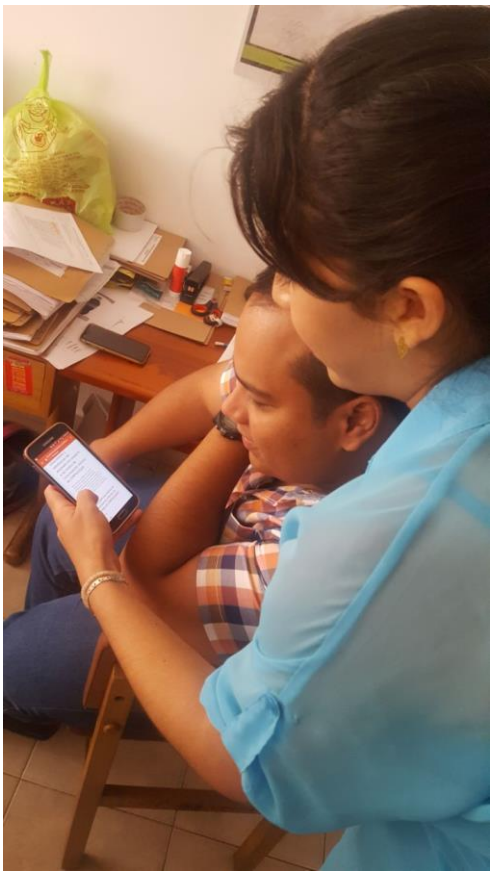
Pérez, R. A. (s.f.). *El estado del arte en la Comunicación Estratégica.* Madrid: Universidad Complutense de Madrid – España. Recuperado el 16 de Marzo de 2017, de http://pendientedemigracion.ucm.es/info/mediars/MediacioneS10/Indice/AlbertoPerezR2012/albertoperez2012.html

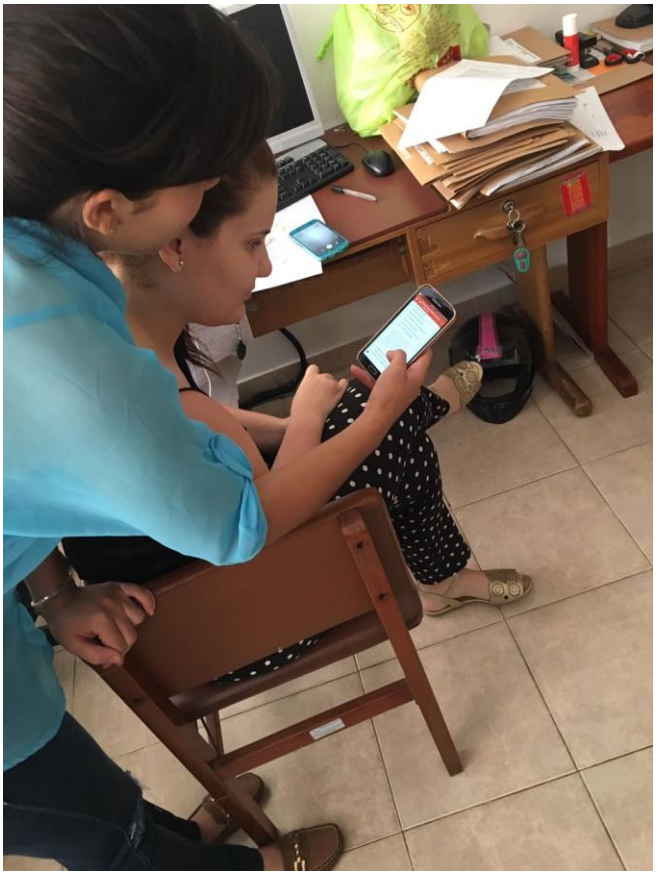
Apendices

Registro Fotográfico

Fotografía 1

Realización de encuestas a los funcionarios





Fotografía 2

Publicacion en carteleras fisicas



Fotografía 3

Pantallazos de boletín interno



BOLETÍN INTERNO CORPOCESAR Recibidos x

comunicaciones corpocesar <comunicacionescorpocesar@gmail.com> 12 jul.
para neftali, ADANOLIS, ADRIANA, ADRIANA, AIDEE, ALEX, ALFREDO, ALMES, ALVARO, ANA, AN

"Yo soy Corpocesar", es el nuevo boletín interno que circulará cada 15 días para mantener a nuestros funcionarios informados de la gestión y avances de la corporación.

El boletín interno es una de las más recurrentes herramientas de comunicación en las organizaciones y tiene como objetivo básico informar sobre la cultura organizacional, en la perspectiva de dinamizar los flujos informativos de la organización. De allí que sea el medio por excelencia para divulgar las líneas estratégicas trazadas por la gerencia, consolidar el clima laboral, generar sentido de pertenencia, informar, formar, educar y entretener.

Con base en lo anterior, agradecemos nos informen desde las diferentes dependencias los temas más relevantes para incluirlos en el boletín interno.
Muchas gracias, por su colaboración.



Apéndice 1: formato de encuestas a los Funcionarios

	**OBJETIVO:** Realizar una auditoría interna que permita identificar los diferentes medios de comunicación que utilizan los empleados de la Corporación Autónoma Regional del Cesar.

Encuesta de conocimiento y satisfacción del empleado con respecto a los medios de comunicación internos de CORPOCESAR.

Esta encuesta se realiza con el fin de conocer que medios de comunicación internos son usados en la Corporación Autónoma Regional del Cesar, y el grado de satisfacción y conocimiento que tienen los trabajadores con respecto al tema, es de vital importancia la sinceridad a la hora de contestar las preguntas que le presentamos a continuación:

1. ¿Sabe usted que medios de comunicación internos se manejan en CORPOCESAR?

a) Si

b) No

2. Si respondió sí en la pregunta anterior, nombre cuales son los medios de comunicación utilizados internamente:

_____

3. ¿Está usted de acuerdo con los medios de comunicación internos que utiliza la Corporación?

A) Sí

B) No

C) Tal vez

4. ¿Qué cree usted que le hace falta a los medios de comunicación internos, con respecto a la información o anuncios que manejan?

_____

5. ¿Qué clase de información le gustaría ver o leer?

Apéndice: 2 Diseño Cronograma de Actividades

CRONOGRAMA ACTIVIDADES

CORPOCESAR

CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DEL CESAR

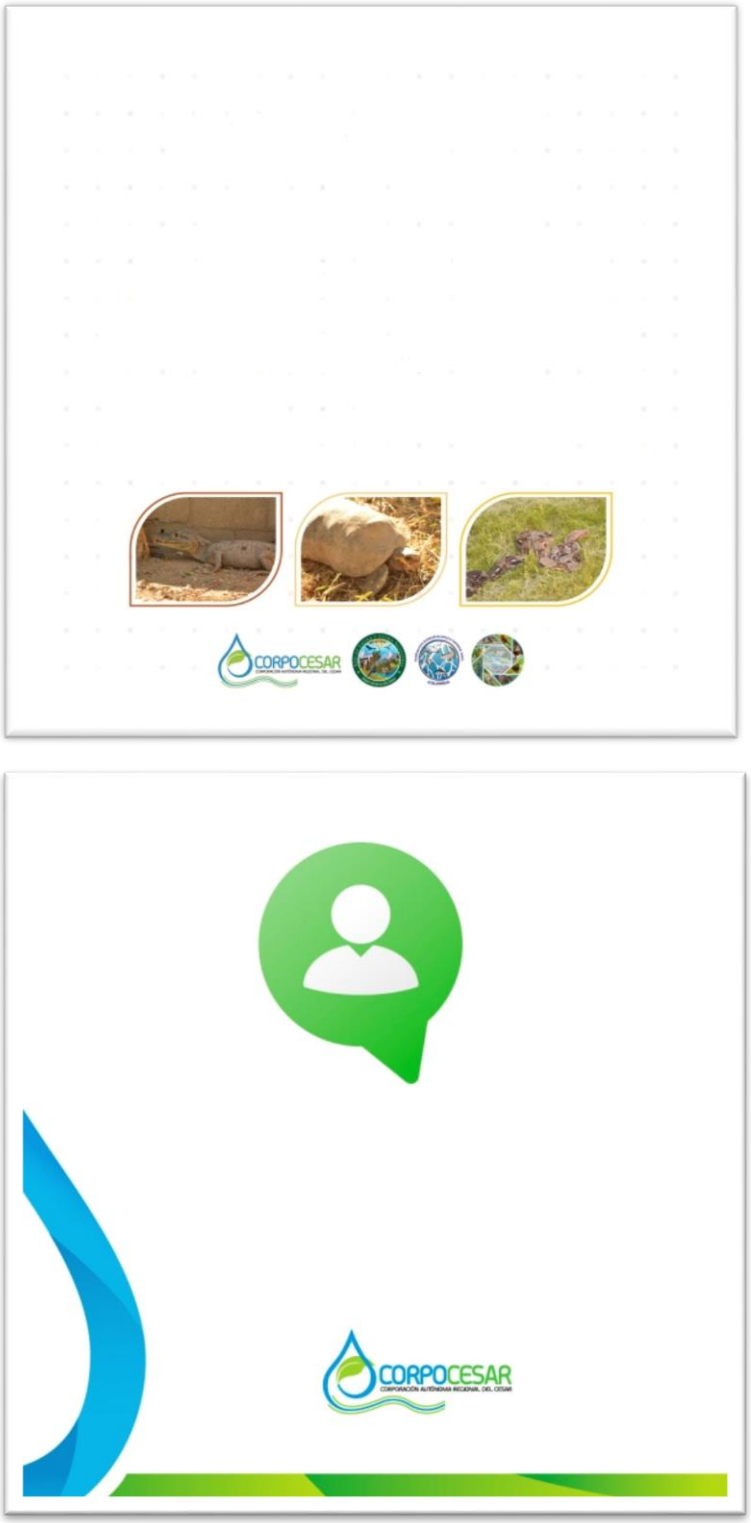


MES 2017	Fecha de publicación	Fechas especiales (Ambientales)	Objetivo del Post	Temática	Contenido visual (Foto, video, grafico, etc.9	Medio utilizado
Semana 1						
Semana 2						
Semana 3						
Semana 4						

CORPOCESAR

Nota: Pasante

Apéndice: 3 Diseño Imágenes de la Corporación Autónoma Regional del Cesar)



Nota: Pasante

Apéndice: 4 Diseño Boletín Interno de la Corporación Autónoma Regional del Cesar



BOLETÍN YO SOY CORPOCESAR

ENTRETENIMIENTO

¿Quién resuelve este ejercicio rompecabezas?

Un lector de un libro estaba tan enojado que arrancó las páginas 6, 7, 84, 85, 111 y 112.

Cuantas Hojas arrancó en total?
a-3 b-4 c-5 d-6 e-7

BIENESTAR SOCIAL

Rumbaterapia

Todos los jueves, 5:30 de la tarde. Están cordialmente invitados todos los funcionarios (Hombres y mujeres)

Beneficios
- Quemas calorías
- Quita el estrés y mejora tu estilo de vida
- Activa y mejora la circulación de la sangre al corazón.
- Mejora la respiración, al fortalecer los pulmones.
- Regula la tensión arterial.
- Fortalece músculos y huesos, disminuyendo el riesgo de padecer osteoporosis.
- Mejora la flexibilidad de todas las articulaciones.
- Contribuye a conciliar el sueño. Libera tensiones, depresión y estrés.
- Mantiene el cerebro en forma, pues requiere mucha concentración.

BOLETÍN YO SOY CORPOCESAR

NOTICIA INFORMATIVA

Corpocesar realizará conversatorio sobre conservación de la abeja africanizada y las especies nativas.

La Corporación Autónoma Regional de Cesar, Corpocesar en alianza con el Centro Comercial Guatapurí Plaza, realizarán el conversatorio "Conservación de la especie abeja africanizada frente al cambio climático y la prevención de riesgos en la salud humana" con el objetivo de incorporar conceptos y prácticas orientadas a contribuir con la preservación apícola en la región.
El evento se llevará a cabo en las instalaciones de Centro Comercial Guatapurí Plaza, en la ciudad de Valledupar, el día 28 de Julio de 2017 desde las 2:30 pm.
Para mayor información pueden contactar los correos electrónicos:
pmlrespel@corpocesar.gov.co / ruacorpocesar@gmail.com

Las personas que deseen asistir a este evento pueden inscribirse a través del siguiente link:
https://docs.google.com/forms/d/1DhrIiOW5dcs0u4DFEQPEqgx35gN-MdUW1yNJCHW1aRU/viewform?chromeless=1&edit_requested=true

Conversatorio
Conservación de la especie abeja africanizada *Apis mellifera* frente al cambio climático y prevención de riesgos en la salud humana

CORPOCESAR exige cumplimiento de las compensaciones ambientales a Ruta del Sol 2

BOLETÍN YO SOY CORPOCESAR

NOTICIA INFORMATIVA

Corpocesar realiza actividades educativas con madres comunitarias en el Corregimiento de San José de Oriente.

Con el objetivo de mitigar los impactos negativos que genera el mal manejo de las basuras, la Corporación Autónoma Regional del Cesar, Corpocesar, desde la Coordinación de Educación Ambiental realizaron jornada educativa a madres comunitarias de la asociación Betania del Municipio de la paz en el corregimiento de San José de Oriente.
En la jornada se capacitó en manualidades con material reciclable, así mismo se les enseñó a clasificar los residuos sólidos implementando las tres R. (Recicla, reutiliza y reduce).

Corpocesar avanza con el uso de tecnologías más apropiadas en la región

· A través de las tecnologías apropiadas se busca proporcionar a cada población instrumentos adecuados para mejorar su calidad de vida, situaciones ambientales, culturales y económicas.
· Corpocesar ha implementado nuevas tecnologías como la construcción beneficiadores ecológicos para cultivos de café y estufas ecológicas.

El 15 de Julio se celebra en todo el mundo el Día de las Tecnologías Apropiadas, una fecha que hace referencia al uso adecuado de determinadas tecnologías, evitando excesiva mecanización, grandes costos económicos, priorizar necesidades y mejorar la calidad de vida de acuerdo al costo beneficio de cada tecnología.

TECNOLOGIAS APROPIADAS

BOLETÍN YO SOY CORPOCESAR

AVISOS

- Hasta el 25 de Julio estarán abiertas las inscripciones para el comité paritario de seguridad y salud en el trabajo (COPASST) y comité de convivencia laboral. ¡Solo personal de planta!

- Están abiertas las inscripciones para hacer parte de la Brigada de Emergencia de Corpocesar. Podrás aprender primeros auxilios, apagar incendios y a transportar una persona lesionada. Recuerda que lo puede necesitar un familiar, un amigo o un compañero de la oficina.
¡Inscríbete! Además, Recibirás elementos de protección.
Inscripciones en la oficina de seguridad y salud en el trabajo, con Sorivonne Orozco.

PRÓXIMAMENTE:
- Salida deportiva. Subiremos el cerro de santo eccehomo ANIMATE!!

- Se realizará un proceso de inducción y re inducción donde cada jefe hará su charla sobre los procesos internos de cada una de las oficinas o dependencias.

El 28 de Julio es
"Día Nacional de la Salud y Seguridad en el Mundo del Trabajo"

30 de Julio es Día Nacional de La Vida Silvestre

CITA DE LA SEMANA

"La felicidad de tu vida depende de la calidad de tus pensamientos"
Marco Aurelio

BOLETÍN YO SOY CORPOCESAR

RED DE FAUNA Y FLORA SILVESTRE DEL CESAR

Red de Fauna y Flora del Cesar implementada a través del CAVFFS de CORPOCESAR

La Red de Fauna y Flora del Departamento del Cesar a través del Centro de Atención y Valoración de Fauna y Flora Silvestres CAVFFS, se implementó a través del convenio 19-7-0037-0-2016 firmado entre CORPOCESAR y la FUNDACIÓN HIDROBIOLÓGICA GEORGE DAHL el 31 de diciembre de 2016. Las líneas de acción de la red de fauna son:
1. Atención y Valoración de Fauna y Flora Silvestres en el CAVFFS
2. Operaciones de control a través del Comité interinstitucional del tráfico ilegal y de especies invasoras (Caracol Africano)
3. Monitoreo de ecosistemas estratégicos.
4. El desarrollo de programas de conservación (Oso andino, Condor y Paugil)
El CAVFFS tiene como objetivo realizar operaciones de atención y valoración de la Fauna y Flora silvestres producto de decomisos, así como la disposición final de los individuos, tal como lo consagra la legislación actual. Está ubicado a 15 minutos de la ciudad de Valledupar, en el km 16 vía de Bosconia, Cesar. Está compuesto por un equipo administrativo, técnico y operativo que incluye pasantes y practicantes.

BOLETÍN YO SOY CORPOCESAR

ASÍ NOS REGISTRAN LOS MEDIOS

EL PILÓN

Corpocesar hizo recomendaciones frente a la posible fuga de combustible en Becerril

http://elpilon.com.co/corpocesar-hizo-recomendaciones-frente-a-la-posible-fuga-de-combustible-en-becerril/

Corpocesar exige compensación ambiental por obras en Ruta del Sol II

https://www.elheraldo.co/cesar/corpocesar-exige-compensacion-ambiental-por-obras-en-ruta-del-sol-ii-382759

http://www.rptnoticias.com/2017/07/corpocesar-se-pronuncia-frente-a-la-posible-fuga-de-combustible-en-becerril/

http://www.rptnoticias.com/2017/07/corpocesar-realizara-conversatorio-conservacion-la-abeja-africanizada-las-especies-nativas/