 Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña - Colombia	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	i(174)	

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	Crisanto Pacheco Molina		
FACULTAD	Educación, Artes y Humanidades		
PLAN DE ESTUDIOS	Comunicación Social		
DIRECTOR	Cristian Andrés Santiago		
TÍTULO DE LA TESIS	Diseño de estrategias de comunicación interna y externa para la empresa de transporte de pasajeros, envío de encomiendas, almacén de repuestos, lavadero de vehículos y estación de servicios Cootranshacaritama Ltda		
RESUMEN (70 palabras aproximadamente)			
<p>EL SIGUIENTE TRABAJO FUE REALIZADO CON EL FIN DE EVALUAR LOS PROCESOS Y ESTABLECER LAS DEBILIDADES QUE PRESENTA COOTRANSHACARITAMA LTDA EN CUANTO A LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA, PARA DISEÑAR ESTRATEGIAS QUE MEJOREN Y FOMENTEN UN CLIMA LABORAL ESTABLE, PERMITIENDO OPTIMIZAR LOS SERVICIOS QUE ESTA OFRECE Y POSICIONARLA EN SU ÁREA DE INFLUENCIA, DANDO PASO A LA EXCELENCIA, LA CALIDAD, LA BUENA ATENCIÓN, ENTRE OTROS ASPECTOS, QUE RESALTAN SU LABOR.</p>			
CARACTERÍSTICAS			
PÁGINAS: 174	PLANOS:	ILUSTRACIONES:	CD-ROM:



**DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA PARA LA
EMPRESA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS, ENVÍO DE ENCOMIENDAS,
ALMACÉN DE REPUESTOS, LAVADERO DE VEHÍCULOS Y ESTACIÓN DE
SERVICIOS COOTRANSHACARITAMA LTDA**

Autor

CRISANTO PACHECO MOLINA 310775

Trabajo de grado para optar el título de Comunicador Social

Director

CRISTIAN ANDRÉS SANTIAGO

Comunicador Social

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

Ocaña, Colombia

Octubre del 2018

Índice

CAPÍTULO 1 Diseño de Estrategias de Comunicación Interna y Externa Para la Empresa de Transporte de Pasajeros, Envío de Encomiendas, Almacén de Repuestos, Lavadero de Vehículos y Estación de Servicios Cootranshacaritama Ltda	1
1.1 Descripción Breve de la Empresa.	1
1.1.1 Misión	2
1.1.2 Visión	2
1.1.3 Objetivos de la Empresa	2
1.1.4 Descripción de la Estructura Organizacional.....	3
1.1.5 Descripción de la dependencia y/o proyecto al que fue asignado.	4
1.2 Diagnóstico inicial de la dependencia asignada.....	5
1.2.1 Planteamiento del problema.....	6
1.3 Objetivos de la pasantía.....	8
1.3.1 General	8
1.3.2 Específicos	8
1.4 Descripción de las actividades a desarrollar en la misma.	9
 CAPÍTULO 2. ENFOQUES REFERENCIALES	 10
2.1 Enfoque Conceptual	10
2.2 Enfoque Legal	15
 CAPÍTULO 3. INFORME DE CUMPLIMIENTO DE TRABAJO	 19
3.1 Presentación de Resultados	19
3.1.1 Objetivo 1. Diagnosticar la situación actual de la comunicación interna y externa de la cooperativa Cootranshacaritama Ltda, en Ocaña, Norte de Santander.	19
Resultados Encuesta de Comunicación Interna	20
3.1.1.1 Caracterización de Públicos Internos Por Género	20
3.1.1.2 Caracterización de públicos internos por edad	31
3.1.1.3 Caracterización de Públicos Internos por Nivel Educativo	45
3.1.1.4 Caracterización de Públicos Internos por Cargo	58
3.1.1.5 Caracterización de Públicos Externos por Género	72

3.1.1.6 Caracterización de Públicos Externos por Estrato Social.....	77
3.1.1.7 Caracterización de Públicos Externos por Edades	84
3.1.1.8 Diagnostico situacional de comunicación interna	90
3.1.1.9 Diagnostico situacional de comunicación interna	98
3.1.2 Objetivo 2. Caracterizar los factores que inciden en la comunicación interna y externa de la cooperativa Cootranshacaritama Ltda, en el área de influencia.....	103
3.1.2.1 Clasificación de Públicos.....	103
3.1.2.2 Análisis de Comunicación Interna.....	104
3.1.2.3 Análisis de Comunicación Externa.....	107
3.1.3 Objetivo 3. Crear estrategias comunicativas, que permitan impulsar la comunicación interna y externa de la cooperativa Cootranshacaritama Ltda, en Ocaña, Norte de Santander.	108
3.1.3.1 Propuestas para mejorar la comunicación interna en Cootranshacaritama Ltda ..	109
Propuesta 1. Establecer el área de comunicaciones para ofertar servicios y brindar atención a empleados y usuarios.	109
Propuesta 3. Capacitaciones para promover mejor atención al usuario, la integración, el trabajo en equipo, sentido de pertenencia de administrativos y conductores de Cootranshacaritama Ltda.....	111
Propuesta 4. Creación, publicación y entrega de material para promover el reglamento de transporte de Cootranshacaritama Ltda.	112
Propuesta 5. Creación, publicación y entrega de material para promover el sentido de pertenencia por Cootranshacaritama Ltda.	113
Propuesta 6. Diseñar y crear Buzón de peticiones, quejas, reclamos y sugerencias.	114
3.1.3.2 Propuestas para mejorar la comunicación externa de Cootranshacaritama Ltda..	115
Propuesta 1. Crear redes sociales para Cootranshacaritama Ltda	115
Estrategias de Comunicación Interna Creadas e Implementadas en Cootranshacaritama Ltda.....	120
Estrategia 1. Manual de Identidad Corporativa	120
Estrategia 2. Reglamento Cootranshacaritama Ltda.....	123
Dimensiones Reglamento Cootranshacaritama Ltda: 13x17 Cm (Alto x Ancho)	123
Estrategia 3. Díptico Cootranshacaritama Ltda.....	128
Dimensiones Díptico Cootranshacaritama Ltda: 15x18 Cm (Alto x Ancho).....	128
Estrategia 4. Buzón de Sugerencias Cootranshacaritama Ltda	129

Estrategias de Comunicación Externa creadas e implementadas para Cootranshacaritama Ltda.....	130
Estrategia 1. Redes Sociales	130
Estrategia 2. Productos Publicitarios Para Redes Sociales.....	132
Estrategia 3. Implementación de anuncios publicitarios por redes sociales.....	136
Estrategia 4. Imagen de Nueva Aplicación Móvil EnrutaT Escolar.....	137
CAPÍTULO 4. DIAGNOSTICO FINAL	138
CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES	140
RECOMENDACIONES	142
Referencias	143
Apéndices	145

Lista de Tablas

Tabla 1 Diagnóstico inicial de la dependencia asignada	5
Tabla 2 Descripción de las Actividades a Desarrollar en la Misma.	9
Tabla 3 Número de Hombres y Mujeres Encuestados.....	20
Tabla 4 Tiempo que llevan trabajando los encuestados en Cootranshacaritama Ltda	20
Tabla 5 Satisfacción de los empleados por su trayectoria en la cooperativa	21
Tabla 6 Percepción de los empleados por la cooperativa	21
Tabla 7 Aportes de los empleados con su trabajo a la cooperativa	22
Tabla 8 Trayectoria y satisfacción en la empresa	22
Tabla 9 Satisfacción por el trabajo.....	22
Tabla 10 Incomodidad en el trabajo.....	23
Tabla 11 Autonomía en el trabajo.....	23
Tabla 12 Relación con los jefes	24
Tabla 13 Relacion con compañeros de trabajo	24
Tabla 14 Trabajo en equipo	24
Tabla 15 Percepción de los empleados por los jefes.....	25
Tabla 16 Remuneración	25
Tabla 17 Año de creación de Cootranshacaritama Ltda	26
Tabla 18 Conocimiento de la misión de la empresa	26
Tabla 19 Atributos en la misión.....	26
Tabla 20 Conocimiento de la visión de la empresa	27
Tabla 21 Atributos en la visión.....	27

Tabla 22 Conocimiento de los servicios de la empresa	28
Tabla 23 Capacitación y orientación a empleados.....	28
Tabla 24 Atención a los usuarios	28
Tabla 25 Atención a quejas por buzón de sugerencias	29
Tabla 26 Medios utilizados para presentar quejas	29
Tabla 27 Atención oportuna a quejas.....	30
Tabla 28 Conocimiento del reglamento de la empresa.....	30
Tabla 29 Desconocimiento del Reglamento de transporte	30
Tabla 30 Canales de comunicación de la empresa.....	31
Tabla 31 Tiempo de labor de los encuestados en Cootranshacaritama Ltda	31
Tabla 32 Satisfacción de los empleados por su trayectoria en la cooperativa	32
Tabla 33 Percepción de los empleados por la cooperativa	32
Tabla 34 Aportes de los empleados con su trabajo a la cooperativa	33
Tabla 35 Trayectoria y satisfacción en la empresa	33
Tabla 36 Satisfacción por el trabajo.....	34
Tabla 37 Incomodidad en el trabajo.....	34
Tabla 38 Autonomía en el trabajo.....	35
Tabla 39 Relación con los jefes	35
Tabla 40 Relación con compañeros de trabajo	36
Tabla 41 Trabajo en equipo	36
Tabla 42 Percepción de los empleados por los jefes.....	37
Tabla 43 Remuneración	37
Tabla 44 Conocimineto del Año de creación de Cootranshacaritama Ltda.....	38

Tabla 45 Conocimiento de la misión de la empresa	38
Tabla 46 Atributos en la misión.....	39
Tabla 47 Conocimiento de la visión de la empresa	39
Tabla 48 Atributos en la visión.....	40
Tabla 49 Conocimiento de los servicios de la empresa	40
Tabla 50 Capacitación y orientación a empleados.....	41
Tabla 51 Atención a los usuarios	41
Tabla 52 Atención a quejas por buzón de sugerencias	42
Tabla 53 Medios utilizados para presentar quejas	42
Tabla 54 Atención oportuna a quejas.....	43
Tabla 55 Conocimiento del reglamento de la empresa.....	43
Tabla 56 Desconocimiento del Reglamento de transporte	44
Tabla 57 Canales de comunicación de la empresa.....	44
Tabla 58 Tiempo de labor de los encuestados en Cootranshacaritama Ltda	45
Tabla 59 Satisfacción de los empleados por su trayectoria en la cooperativa	45
Tabla 60 Percepción de los empleados por la cooperativa	46
Tabla 61 Aportes de los empleados con su trabajo a la cooperativa	46
Tabla 62 Trayectoria y satisfacción en la empresa	47
Tabla 63 Satisfacción por el trabajo.....	47
Tabla 64 Incomodidad en el trabajo.....	48
Tabla 65 Autonomía en el trabajo.....	48
Tabla 66 Relación con los jefes	49
Tabla 67 Relación con compañeros de trabajo	49

Tabla 68 Trabajo en equipo	50
Tabla 69 Percepción de los empleados por los jefes.....	50
Tabla 70 Remuneración	51
Tabla 71 Conocimiento del Año de creación de Cootranshacaritama Ltda.....	51
Tabla 72 Conocimiento de la misión de la empresa	52
Tabla 73 Atributos en la misión.....	52
Tabla 74 Conocimiento de la visión de la empresa	53
Tabla 75 Atributos en la visión.....	53
Tabla 76 Conocimiento de los servicios de la empresa	54
Tabla 77 Capacitación y orientación a empleados.....	54
Tabla 78 Atención a los usuarios	55
Tabla 79 Atención a quejas por buzón de sugerencias	55
Tabla 80 Medios utilizados para presentar quejas	56
Tabla 81 Atención oportuna a quejas.....	56
Tabla 82 Conocimiento del reglamento de la empresa.....	57
Tabla 83 Desconocimiento del Reglamento de transporte	57
Tabla 84 Canales de comunicación de la empresa.....	58
Tabla 85 Tiempo de labor de los encuestados en Cootranshacaritama Ltda	58
Tabla 86 Satisfacción de los empleados por su trayectoria en la cooperativa	59
Tabla 87 Percepción de los empleados por la cooperativa	59
Tabla 88 Aportes de los empleados con su trabajo a la cooperativa	60
Tabla 89 Trayectoria y satisfacción en la empresa	60
Tabla 90 Satisfacción por el trabajo.....	61

Tabla 91 Incomodidad en el trabajo.....	61
Tabla 92 Autonomía en el trabajo.....	62
Tabla 93 Relación con los jefes	62
Tabla 94 Relación con compañeros de trabajo	63
Tabla 95 Trabajo en equipo	63
Tabla 96 Percepción de los empleados por los jefes.....	64
Tabla 97 Remuneración	64
Tabla 98 Conocimiento del Año de creación de Cootranshacaritama Ltda.....	65
Tabla 99 Conocimiento de la misión de la empresa	65
Tabla 100 Atributos en la misión.....	66
Tabla 101 Conocimiento de la visión de la empresa	66
Tabla 102 Atributos en la visión.....	67
Tabla 103 Conocimiento de los servicios de la empresa	67
Tabla 104 Capacitación y orientación a empleados.....	68
Tabla 105 Atención a los usuarios	68
Tabla 106 Atención a quejas por buzón de sugerencias	69
Tabla 107 Medios utilizados para presentar quejas	69
Tabla 108 Atención oportuna a quejas.....	70
Tabla 109 Conocimiento del reglamento de la empresa.....	70
Tabla 110 Desconocimiento del Reglamento de transporte	71
Tabla 111 Canales de comunicación de la empresa.....	71
Tabla 112 Número de mujeres y hombres encuestados.....	72
Tabla 113 Conocimiento del público externo por Cootranshacaritama Ltda.	72

Tabla 114 Colores que identifican a Cootranshacaritama Ltda	72
Tabla 115 Servicios de Cootranshacaritama Ltda	73
Tabla 116 Conocimiento de los servicios de Cootranshacaritama Ltda	73
Tabla 117 Interes del público por información de Cootranshacaritama Ltda.....	74
Tabla 118 Medios de información	74
Tabla 119 Conocimiento de Cootranshacaritama Ltda.....	74
Tabla 120 Factores importantes en un servicio.....	75
Tabla 121 Utilización de los servicios de Cootranshacaritama Ltda.....	75
Tabla 122 Servicios utilizados por los públicos externos.....	76
Tabla 123 Calidad de los servicios de Cootranshacaritama Ltda	76
Tabla 124 Calidad en la atención de los empleados	76
Tabla 125 Factores a mejorar en Cootranshacaritama Ltda.....	77
Tabla 126 Conocimiento del público externo, por Cootranshacaritama Ltda	77
Tabla 127 Colores que identifican a Cootranshacaritama Ltda	78
Tabla 128 Servicios de Cootranshacaritama Ltda	78
Tabla 129 Conocimiento de los servicios de Cootranshacaritama Ltda	79
Tabla 130 Interes del público por información de Cootranshacaritama Ltda.....	79
Tabla 131 Medios de información	80
Tabla 132 Conocimiento de Cootranshacaritama Ltda.....	80
Tabla 133 Factores importantes en un servicio.....	81
Tabla 134 Utilización de los servicios de Cootranshacaritama Ltda.....	81
Tabla 135 Servicios utilizados por los públicos externos	82
Tabla 136 Calidad de los servicios de Cootranshacaritama Ltda	82

Tabla 137 Calidad de la atencion de los empleados	83
Tabla 138 Factores a mejorar en Cootranshacaritama Ltda.....	83
Tabla 139 Conocimiento del público externo, por Cootranshacaritama Ltda	84
Tabla 140 Colores que identifican a Cootranshacaritama Ltda	84
Tabla 141 Servicios de Cootranshacaritama Ltda	85
Tabla 142 Conocimiento de los servicios de Cootranshacaritama Ltda	85
Tabla 143 Interes del público por información de Cootranshacaritama Ltda.....	86
Tabla 144 Medios de información	86
Tabla 145 Conocimiento de Cootranshacaritama Ltda.....	87
Tabla 146 Factores importantes en un servicio.....	87
Tabla 147 Utilización de los servicios de Cootranshacaritama Ltda	88
Tabla 148 Servicios utilizados por los públicos externos	88
Tabla 149 Calidad de los servicios de Cootranshacaritama Ltda	89
Tabla 150 Calidad en la atencion de los empleados	89
Tabla 151 Factores a mejorar en Cootranshacaritama Ltda.....	90
Tabla 152 Análisis de la comunicación interna	104
Tabla 153 Análisis de la comunicación externa	107

Lista de Figuras

Figura 1 Organigrama Cootranshacaritama Ltda.....	4
Figura 2 Visualización gráfica, relación entre compañeros de trabajo.....	93
Figura 3 Visualización gráfica, conocimiento de la misión de Cootranshacaritama.....	94
Figura 4 Visualización gráfica, visión de Cootranshacaritama	95
Figura 5 Visualización gráfica de los servicios de Cootranshacaritama.....	96
Figura 6 Visualización gráfica de empleados que han recibido capacitación	97
Figura 7 Ha escuchado de la cooperativa Cootranshacaritama Ltda	99
Figura 8 Conoce los servicios que ofrece esta cooperativa	100
Figura 9 Visualización grafica de los servicios conocidos por públicos externos.....	101
Figura 10 Cómo le ha parecido la calidad del servicio.....	102

Lista de Fotografías

Fotografías 1 Implementación de anuncios publicitarios a través de redes sociales	136
Fotografías 2 Evidencia de aplicación de encuestas y realización de entrevistas de Comunicación Interna y Externa.	153
Fotografías 3 Evidencia de implementación de estrategias de comunicación interna.....	154

Lista de apéndices

Apéndice 1 Tamaño de Muestra Para Encuestas de Comunicación Interna y Externa	146
Apéndice 2 Encuestas de Comunicación Interna.....	147
Apéndice 3 Encuesta de Comunicación Externa	151
Apéndice 4 Fotografías de aplicación de encuestas y realización de entrevistas de Comunicación Interna y Externa.....	153
Apéndice 5 Fotografías de implementación de estrategias de comunicación interna	154

Resumen

El diseño de estrategias de comunicación interna y externa para Cootranshacaritama Ltda, tiene como objetivo, evaluar los procesos y establecer las debilidades que presenta la cooperativa, para diseñar estrategias que mejoren los diferentes ámbitos, fomenten un clima laboral estable, permitiendo optimizar los servicios que esta ofrece y posicionarla en su área de influencia, dando paso a la excelencia, la calidad, la buena atención, responsabilidad, entre otros aspectos, que resaltan su labor.

Para realizar el diagnóstico inicial de la comunicación interna y externa, fue necesario verificar ciertos aspectos importantes, que mediante la técnica de observación, establecieron que debilidades presenta la cooperativa, en cuanto a los procesos que intervienen en la comunicación interna y externa, como las relaciones interpersonales entre los empleados, que se ven reflejadas en la calidad de los servicios.

Para realizar un diagnóstico más profundo, se determinaron algunas técnicas como las encuestas y entrevistas, que permitieron medir y conocer las opiniones en cuanto a los factores que influyen en la comunicación interna y externa de la cooperativa, teniendo en cuenta los procesos que establecerían las falencias que esta presenta.

Introducción

Cootranshacaritama Ltda, es una cooperativa que ofrece servicios a la comunidad ocañera y su área de influencia, tales como transporte municipal- intermunicipal, estación de servicio, envío de encomiendas, lavadero de vehículos y almacén de repuestos. Con ello busca posicionarse y ofrecer servicios de calidad, con una proyección a futuro, que le permita tener reconocimiento a nivel nacional.

La comunicación, tiene una gran influencia en todos los procesos que se lleven a cabo dentro de una empresa y es por ello que el propósito del trabajo realizado en la Cooperativa de Transportadores Hacaritama Limitada, es diseñar estrategias de que permitan mejorar interna y externamente los diferentes procesos, como el clima laboral y sentido de pertenencia de los empleados de la cooperativa, posicionamiento, calidad de los servicios y la atención a los usuarios.

Con estas estrategias, se pretende mejorar la comunicación interna y externa de la cooperativa, con el fin de promover una imagen solida de la cooperativa en la comunidad, el impacto social en la región, ofreciendo calidad humana y dando a conocer los servicios que Cootranshacaritama Ltda ofrece a Ocaña y su área de influencia.

Capítulo 1 Diseño de estrategias de comunicación interna y externa para la empresa de transporte de pasajeros, envío de encomiendas, almacén de repuestos, lavadero de vehículos y estación de servicios Cootranshacaritama Ltda

1.1 Descripción Breve de la Empresa.

CootransHacaritama Ltda, es una cooperativa que ofrece el servicio de transporte de pasajeros a nivel urbano y de carretera en Ocaña, Norte de Santander, fundada el 23 de febrero de 1975 y que genera más de 20 empleos directos. En 1975 inicia con la prestación del servicio de transporte de pasajeros por carretera, posterior a esto, En 1982, se le otorga la licencia para el transporte urbano de pasajeros.

Actualmente, Cootranshacaritama Ltda, cuenta con dos oficinas en Ocaña, Norte de Santander, una ubicada en el sector de La Ondina, donde se ofrecen los servicios de envío de encomiendas, estación de servicio, lavadero de vehículos, almacén de repuestos y es el sitio de parqueo de las busetas que ofrecen transporte urbano. La otra está situada en el Centro, que ofrece el servicio de venta de pasajes con destinos:

Ocaña – Valledupar y Viceversa

Ocaña – Palitas y Viceversa

Ocaña – El Banco y Viceversa

Ocaña – Convención y Viceversa

Ocaña – Aguachica y Viceversa.

1.1.1 Misión

Somos una Cooperativa dedicada a la prestación de servicio de transporte urbano-colectivo, urbano-individual, mixto, especial, intermunicipal, estación de servicio, lavadero de vehículos y almacén de repuestos en la ciudad de Ocaña y la Región. Contamos con un personal idóneo para garantizar un servicio eficiente y confiable a nuestros clientes, manteniendo el impacto social y comprometido con la satisfacción de las necesidades de nuestros usuarios, asociados y partes interesadas.

1.1.2 Visión

Cootranshacaritama Ltda se proyecta para el año 2020 como una empresa líder en la prestación de los servicios de transporte urbano-colectivo, urbano-individual, mixto, especial, intermunicipal, estación de servicio, lavadero de vehículos y almacén de repuestos en el Nor-orientes Colombiano y de reconocimiento a nivel Nacional, comprometidos con el desarrollo de nuevos servicios y la introducción de nuevas tecnologías que permitan el mejoramiento continuo en todos sus procesos, talento humano y parque automotor, satisfaciendo las necesidades de los clientes, asociados y partes interesadas.

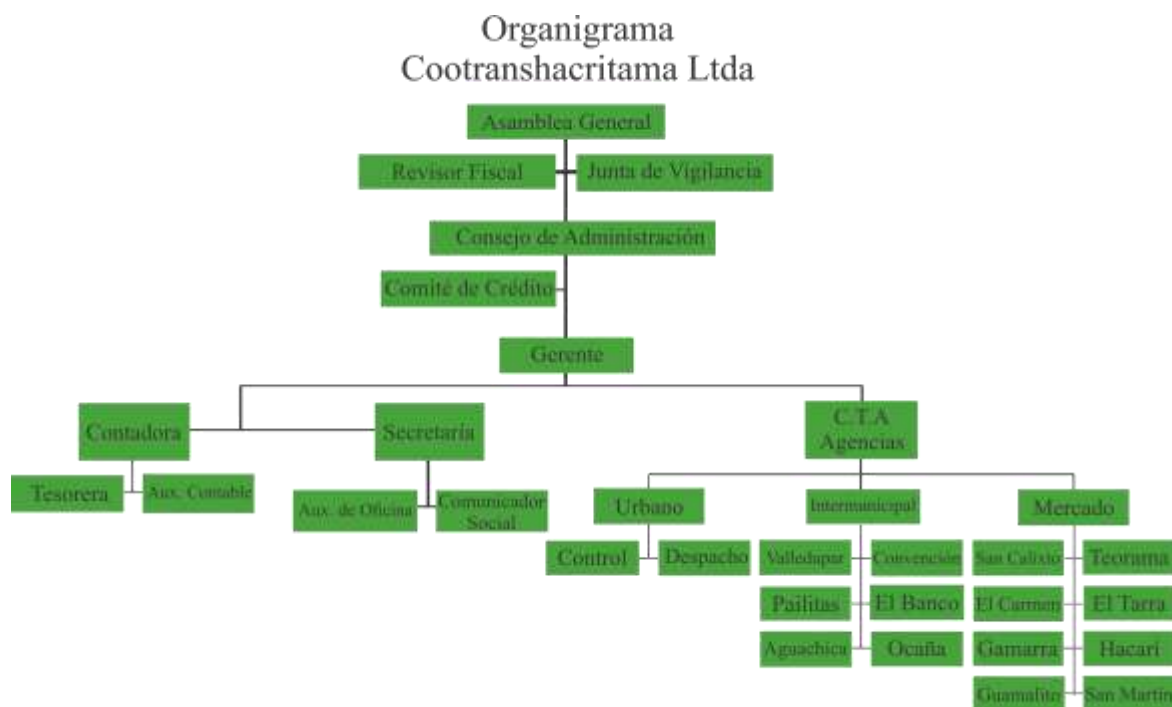
1.1.3 Objetivos de la Empresa

Ser en 2020, una cooperativa líder en la prestación de servicio de transporte Urbano e intermunicipal en el país.

1.1.4 Descripción de la Estructura Organizacional

Cootranshacaritama Ltda, está organizada de manera jerárquica, a tal punto que la asamblea general, es la máxima instancia, la cual está conformada por un grupo de personas que toman decisiones para mejorar el servicio de transporte y generar estrategias para su ejecución.

El gerente, es el representante legal de la cooperativa, quien dirige varias áreas, referentes al ámbito administrativo-operativo y los servicios de transporte, estación de servicios y encomiendas ofrecidas a nivel municipal e intermunicipal. El comunicador social se encuentra asignado al área de secretaría general, donde ejerce diferentes tareas de acuerdo a sus funciones.



(Cootranshacaritama, 2010)

Figura 1 Organigrama Cootranshacaritama Ltda

Nota: Representación gráfica del organigrama de Cootranshacaritama Ltda.

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

Cootranshacaritama Ltda, no posee área de comunicaciones en su estructura organizacional, sin embargo, el gerente de esta cooperativa, asigna una oficina para cumplir la función de manejar la comunicación interna y externa de la empresa ubicada en el área de secretaría general para cumplir las diferentes tareas asignadas. Esta área tiene como fin, atender las inquietudes de empleados y usuarios, dar a conocer los servicios que ofrece la empresa y a su vez, ser puente entre los medios masivos de comunicación de la región de influencia (Ocaña-Catatumbo-Sur del Cesar-Valledupar) y las directivas para atender quejas, reclamos y solicitudes en aras de fortalecer el uso del transporte legal.

1.2 Diagnóstico inicial de la dependencia asignada

Tabla 1

Diagnóstico inicial de la dependencia asignada

Matriz FODA		
Factores externos	Oportunidades	Amenazas
	Establecer a la dependencia de comunicaciones de la cooperativa, con el fin de mejorar la calidad de los servicios.	Poca fidelidad de los usuarios a la empresa, al no atender sus quejas, reclamos y sugerencias, por información insuficiente.
Factores internos	Estrategias FO	Estrategias DO
Debilidades		
<ul style="list-style-type: none"> • No posee una oficina encargada de las comunicaciones de la cooperativa. • Falencias en cuanto a la atención de los usuarios • No posee un buzón de sugerencias (PQRS), que permita atender las quejas de los usuarios. 	<ul style="list-style-type: none"> -Dar seguimiento a la dependencia de comunicaciones, a través de un grupo de trabajo idóneo. -Generar confianza entre empleados y empresa, para crear ideas de innovación para la promoción de los servicios de trasporte. 	Establecer el área de comunicaciones, que permitirá conseguir las herramientas necesarias para el mejoramiento en la atención a los usuarios.
Fortalezas	Estrategias FA	Estrategias DA
<ul style="list-style-type: none"> • Grupo de trabajo idóneo para la realización de actividades en pro de la cooperativa. • Buena comunicación entre empleados de la empresa, lo que permite elaborar estrategias de mejoramiento continuo. 	Capacitar a los empleados de la cooperativa, para mejorar la atención a los usuarios y los servicios.	<ul style="list-style-type: none"> -Conseguir las herramientas necesarias para laborar -Mejorar la atención a los usuarios en cuanto al PQRS (Peticiónes, quejas, reclamos y sugerencias).

Nota: Matriz de DOFA

Fuente: Pasante (2018)

1.2.1 Planteamiento del problema

Al realizar una inspección de la comunicación interna y externa de Cootranshacaritama Ltda, se pudo establecer que la empresa, no posee personal y herramientas destinadas al manejo de las comunicaciones, lo que promueve la desinformación frente a los servicios de transporte, envío de encomiendas, estación de servicio, lavadero de vehículos y almacén de repuestos. A su vez no permite que la cooperativa pueda dar a conocer a los usuarios y empleados los nuevos modelos empleados en aras de brindar un mejor servicio. Por esto es indispensable la figura del comunicador social para mantener una relación directa con los empleados de la cooperativa, medios de comunicación local y regional y a través de ellos poder dar a conocer a la comunidad en general cada avance, para así proyectar una imagen positiva y confiable a la sociedad, ofreciendo servicios seguros y de gran calidad.

Con todo esto, se busca que los usuarios se sientan seguros al utilizar los servicios, se apoderen de la empresa como una apuesta al transporte formal y a su vez tengan la posibilidad de que la cooperativa de respuesta directa a cada una de sus inquietudes frente a los servicios de Cootranshacaritama Ltda. Además, se estableció que los empleados tienen poco sentido de pertenencia por la empresa, originado por la falta de comunicación entre ellos y los directivos, lo que no permite generar espacios de confianza para el mejoramiento de los servicios de transporte, pues la información suministrada es insuficiente y las inquietudes no son atendidas, debido a que la cooperativa no cuenta con un área dirigida a brindar atención o exponer cada tema en modelos internos de comunicación.

Cootranshacaritama, tiene influencia en Ocaña, El Catatumbo, Sur del Cesar y Valledupar, donde ofrece el servicio de transporte de pasajeros, lo que permitiría promover su utilización mediante estrategias publicitarias que cautiven la atención de la gente y logre posicionar a la empresa en esas áreas.

Una posible alternativa, es impulsar la comunicación interna y externa, para subsanar las falencias de la cooperativa, para así mejorar los servicios, la atención a usuarios y empleados, y crear un ambiente óptimo, que permita establecer un espacio de confianza para que estas personas sean partícipes en el mejoramiento de Cootranshacaritama, como empresa que no solo ofrece servicio de transporte urbano, sino intermunicipal a otras ciudades de país.

1.3 Objetivos de la pasantía

1.3.1 General

Diseño de estrategias de comunicación interna y externa para la empresa de transporte de pasajeros, envío de encomiendas, almacén de repuestos, lavadero de vehículos y estación de servicios Cootranshacaritama Ltda, en Ocaña, Norte de Santander.

1.3.2 Específicos

- Diagnosticar la situación actual de la comunicación interna y externa de la cooperativa Cootranshacaritama Ltda, en Ocaña, Norte de Santander.
- Caracterizar los factores que inciden en la comunicación interna y externa de la cooperativa Cootranshacaritama Ltda, en Ocaña, Norte de Santander.
- Crear las estrategias comunicativas, que permitan impulsar la comunicación interna y externa de la cooperativa Cootranshacaritama Ltda, en Ocaña, Norte de Santander.

1.4 Descripción de las actividades a desarrollar en la misma.

Tabla 2

Descripción de las Actividades a Desarrollar en la Misma.

Objetivo General	Objetivos Específicos	Actividades a desarrollar en la empresa para hacer posible el cumplimiento de los Objetivos Específicos
Diseño de estrategias de comunicación interna y externa para la empresa de transporte de pasajeros, envío de encomiendas, almacén de repuestos, lavadero de vehículos y estación de servicios Cootranshacaritama Ltda, en Ocaña, Norte de Santander.	Diagnosticar la situación actual de la comunicación interna y externa de la cooperativa Cootranshacaritama Ltda, en Ocaña, Norte de Santander.	Medir a través de encuestas, el grado de comunicación interna y externa que posee Cootranshacaritama Ltda, donde se tendrán en cuenta los aspectos importantes de la cooperativa y de las herramientas para promover los servicios de la empresa.
	Caracterizar los factores que inciden en la comunicación interna y externa de la cooperativa Cootranshacaritama Ltda, en Ocaña, Norte de Santander.	Luego de aplicar la encuesta, se procederá a identificar las falencias comunicativas que tiene la empresa en cuanto a atención al cliente, relación con los empleados, promoción de los servicios de transporte a través de redes sociales y otros medios.
	Crear las estrategias comunicativas, que permitan impulsar la comunicación interna y externa de la cooperativa Cootranshacaritama Ltda, en Ocaña, Norte de Santander.	Posteriormente, se procederá a crear las estrategias, que permitirán mejorar la comunicación interna y externa de la empresa, de acuerdo a los criterios comunicativos que debe tener una cooperativa de transporte, para la promoción de los servicios y el mejoramiento de la relación con los empleados y usuarios.

Nota: La tabla muestra la descripción de actividades a desarrollar en cada uno de los objetivos.

Fuente: Pasante (2018).

Capítulo 2. Enfoques Referenciales

2.1 Enfoque Conceptual

Estrategias de comunicación. La estrategia de comunicación es la herramienta de planificación que sistematiza de manera global, integral y coherente los objetivos generales, las tácticas, los mensajes, las acciones, los indicadores, los instrumentos y los plazos que la organización va a poner en juego para trasladar su imagen y su mensaje al exterior en un periodo determinado. Este periodo va a ser amplio -cuatro años por ejemplo y será operativizado por planes anuales que gradúen la consecución de los objetivos generales mediante objetivos específicos a más corto plazo, y establezca un calendario de actividades a desarrollar. Abarca un abanico muy amplio de aspectos y tareas que van desde la imagen corporativa hasta la gestión de medios, pasando por las relaciones públicas o la corrección de textos. En este apartado nos vamos a centrar en la gestión de medios. (Bolunta, 2010)

Comunicación Interna. Se refiere a las comunicaciones que se desarrollan dentro de una organización.

Podría definirse como el conjunto de actividades programadas desde un plan, las cuales son diseñadas, ejecutadas y evaluadas desde el área de comunicación interna. Están dirigidas a los colaboradores de la organización, con el fin de dar a conocer qué es, qué hace, qué pretende y cómo marcha la organización y de alinear al personal con los objetivos organizacionales. (Reunidos, 2016)

Comunicación Externa. La comunicación externa se define como el conjunto de operaciones de comunicación destinadas a los públicos externos de una empresa o institución, es decir, tanto al gran público, directamente o a través de los periodistas, como a sus proveedores, accionistas, a los poderes públicos y administraciones locales y regionales, a organizaciones internacionales. Por ello, liderar bien exige comunicar bien. (Muniz, 2018)

Canales de Comunicación. Los medios o canales, de comunicación son el método de difusión que se emplea para enviar el mensaje. Estos pueden dividirse a grandes rasgos: mediatizados y directos. Los canales mediatizados son los que requieren de algún tipo de tecnología para la producción de mensajes y el contacto entre la fuente y el receptor o receptores, no es directo, sino a través de algún vehículo físico externo. (Muriel, 2018)

Clima Laboral. El clima laboral no es otra cosa el medio en el que se desarrolla el trabajo cotidiano. La calidad de este clima influye directamente en la satisfacción de los trabajadores y por lo tanto en la productividad empresarial. Si eres capaz de conseguir una mayor productividad con un buen clima laboral, tienes todo lo necesario para conseguir grandes éxitos en tu empresa. (Pyme, 2016)

Posicionamiento. Es la asociación entre una Marca y una serie de atributos. De esta manera, se dice que un producto se ha “posicionado” cuando el vínculo entre una “marca” y un “atributo” está claramente establecido. La palabra posicionamiento hace referencia a la “posición” que ocupa la marca en la mente de un consumidor, para distinguirla de la “posición” ocupada por otra marca, pero esas “posiciones” no son más que asociaciones entre una marca y

sus atributos. En consecuencia, el posicionamiento no es algo que se haga con el producto o con el merchandising o con los folletos o en el mercado, es algo que ocurre en la mente de los consumidores. (Branding, 2014)

Cooperativa. Es cooperativa la empresa asociativa sin ánimo de lucro, en la cual los trabajadores o los usuarios, según el caso, son simultáneamente los aportantes y los gestores de la empresa, creada con el objeto de producir o distribuir conjunta y eficientemente bienes o servicios para satisfacer las necesidades de sus asociados y de la comunidad en general. (Orgsolidarias, 2018)

Excelencia. Puede usarse con varios sentidos que describiremos a continuación, en tanto, los mismos coinciden en una aplicación a aquellos objetos o personas que merecen un tratamiento de aprecio y de estima porque disponen de una calidad superior u ocupan un lugar social que los distingue. (DefiniciónABC, 2007)

Calidad. Uno de los enfoques típicos es definir Calidad desde la perspectiva del cliente o consumidor final. Básicamente se dice que un producto o servicio es de calidad se satisface adecuadamente las expectativas de dicho cliente. En esta definición queda de manifiesto que la calidad es un concepto relativo y depende de la valoración que tiene una persona por las prestaciones de un producto o servicio. De esta forma se explica que un mismo producto puede ser percibido (en términos de calidad) en forma distinta por 2 personas; más aún, una misma persona dependiendo de la oportunidad, estado de ánimo, etc., puede estar más o menos conforme con un producto o servicio que este consumiendo. (Total)

Reconocimiento. Se deriva del latín re-cognoscere, y expresa el conocimiento en profundidad de algo o de alguien. En lenguaje platónico significaría sacar a la luz el verdadero conocimiento de algo. No es un conocimiento conceptual ni sólo un conocimiento entendido como visión, sino como movimiento para ver las cosas de modo radical. (Aranguren, 2009)

Identidad Corporativa. Son todos los elementos externos que conforman la identidad, la personalidad de una empresa y que le ofrecen un valor diferenciador de cara a su competencia. Una buena identidad deber ser sólida y coherente con el producto o empresa que se quiera comunicar y generar máxima confianza en su sector. (Borges, 2018)

Responsabilidad. Suele ser considerada como uno de los principios humanos más significativos ya que, mediante la capacidad humana que habilita a una persona poder elegir frente a las circunstancias que la vida presente, uno opta por la forma en que va actuar y relacionarse con el otro. (Concepto, 2018)

Servicio. En el ámbito económico es la acción de satisfacer determinada necesidad de los clientes por parte de una empresa a través del desarrollo de una actividad económica. En cierto sentido, podría considerarse que los servicios son bienes intangibles ofrecidos por las compañías, ya que no cuentan con forma material y se realizan a cambio de una retribución económica. (Economipedia, 2015)

Calidad Humana. La calidad humana es el conjunto de atributos que generan un comportamiento positivo en los trabajadores del sector público, lo cual aplicado al desarrollo de sus actividades permitirá alcanzar una mejora del trato, lo que redundará en confianza y seguridad en el usuario del sector público. (CELIS, 2014)

Promoción. Hace mención a la acción y efecto de promover. Este verbo, por su parte, refiere a iniciar o impulsar un proceso o una cosa; elevar a alguien a un cargo o empleo superior al que tenía; o tomar la iniciativa para realizar algo. (Definición.De, 2016)

Eficiencia. Se refiere a la habilidad, capacidad o posibilidad de alcanzar un objetivo o lograr un fin utilizando la menor cantidad de recursos disponibles. Un comportamiento eficiente es aquel que plantea una estrategia racional y coherente que permite maximizar y optimizar el tiempo, los recursos y las decisiones. (Significado.net, 2014)

Redes Sociales. Las redes sociales son sitios de internet que permiten a las personas conectarse con sus amigos e incluso realizar nuevas amistades, de manera virtual, y compartir contenidos, interactuar, crear comunidades sobre intereses similares: trabajo, lecturas, juegos, amistad, relaciones amorosas, relaciones comerciales, etc. (familias, 2017)

2.2 Enfoque Legal

Congreso de la República

Ley 23 de 1982 “Sobre Derechos de Autor”

Capítulo I

Artículo 1: Los autores de obras literarias, científicas y artísticas gozarán de protección para sus obras en la forma prescrita por la presente ley y, en cuanto fuere compatible con ella, por el derecho común. También protege esta ley a los intérpretes o ejecutantes, a los productores de fonogramas y a los organismos de radiodifusión, en sus derechos conexos a los del autor.

Congreso de Colombia Ley 1341 de 2009

Capítulo I

Artículo 3°. Sociedad de la información y del conocimiento. El Estado reconoce que el acceso y uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, el despliegue y uso eficiente de la infraestructura, el desarrollo de contenidos y aplicaciones, la protección a los usuarios, la formación de talento humano en estas tecnologías y su carácter transversal, son pilares para la consolidación de las sociedades de la información y del conocimiento.

Ley 1712 de 2014

Por medio de la cual se crea la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional y se dictan otras disposiciones.

El Congreso de la República

Decreta:

Título I

Disposiciones Generales

Artículo 3°. *Otros principios de la transparencia y acceso a la información pública.* En la interpretación del derecho de acceso a la información se deberá adoptar un criterio de razonabilidad y proporcionalidad, así como aplicar los siguientes principios:

Principio de transparencia. Principio conforme al cual toda la información en poder de los sujetos obligados definidos en esta ley se presume pública, en consecuencia de lo cual dichos sujetos están en el deber de proporcionar y facilitar el acceso a la misma en los términos más amplios posibles y a través de los medios y procedimientos que al efecto establezca la ley, excluyendo solo aquello que esté sujeto a las excepciones constitucionales y legales y bajo el cumplimiento de los requisitos establecidos en esta ley.

Principio de buena fe. En virtud del cual todo sujeto obligado, al cumplir con las obligaciones derivadas del derecho de acceso a la información pública, lo hará con motivación honesta, leal y desprovista de cualquier intención dolosa o culposa.

Principio de facilitación. En virtud de este principio los sujetos obligados deberán facilitar el ejercicio del derecho de acceso a la información pública, excluyendo exigencias o requisitos que puedan obstruirlo o impedirlo.

Principio de no discriminación. De acuerdo al cual los sujetos obligados deberán entregar información a todas las personas que lo soliciten, en igualdad de condiciones, sin hacer distinciones arbitrarias y sin exigir expresión de causa o motivación para la solicitud.

Principio de gratuidad. Según este principio el acceso a la información pública es gratuito y no se podrá cobrar valores adicionales al costo de reproducción de la información.

Principio de celeridad. Con este principio se busca la agilidad en el trámite y la gestión administrativa. Comporta la indispensable agilidad en el cumplimiento de las tareas a cargo de entidades y servidores públicos.

Principio de eficacia. El principio impone el logro de resultados mínimos en relación con las responsabilidades confiadas a los organismos estatales, con miras a la efectividad de los derechos colectivos e individuales.

Principio de la calidad de la información. Toda la información de interés público que sea producida, gestionada y difundida por el sujeto obligado, deberá ser oportuna, objetiva, veraz, completa, reutilizable, procesable y estar disponible en formatos accesibles para los solicitantes e interesados en ella, teniendo en cuenta los procedimientos de gestión documental de la respectiva entidad.

Principio de la divulgación proactiva de la información. El derecho de acceso a la información no radica únicamente en la obligación de dar respuesta a las peticiones de la sociedad, sino también en el deber de los sujetos obligados de promover y generar una cultura de transparencia, lo que conlleva la obligación de publicar y divulgar documentos y archivos que plasman la actividad estatal y de interés público, de forma rutinaria y proactiva, actualizada, accesible y comprensible, atendiendo a límites razonables del talento humano y recursos físicos y financieros.

Principio de responsabilidad en el uso de la información. En virtud de este, cualquier persona que haga uso de la información que proporcionen los sujetos obligados, lo hará atendiendo a la misma.

Capítulo 3. Informe de Cumplimiento de Trabajo

3.1 Presentación de Resultados

3.1.1 Objetivo 1. Diagnosticar la situación actual de la comunicación interna y externa de la cooperativa Cootranshacaritama Ltda, en Ocaña, Norte de Santander.

Para el logro de este objetivo, se llevó a cabo la realización de dos encuestas en un tiempo establecido de dos semanas, que permitieran diagnosticar la comunicación interna y externa de Cootranshacaritama Ltda, donde se tuvo en cuenta un tamaño de muestra de 68 personas para cada caso. La encuesta de comunicación interna, sería dirigida los públicos internos de la cooperativa, como los empleados administrativos y conductores, mientras que la encuesta de comunicación externa, fue destinada al público en general.

Para realizar las encuestas de comunicación interna, se tuvieron en cuenta, aspectos como el ambiente laboral, relación entre compañeros de trabajo, autonomía, trayectoria de cada uno de los empleados, sentido de pertenencia por la cooperativa, orientación en el trabajo, remuneración y relación con los jefes.

Para las encuestas de comunicación externa, se evaluaron factores como identidad corporativa, posicionamiento, dirección de marca, calidad de los servicios, calidad de la atención ofrecida por empleados, impacto de Cootranshacaritama en el desarrollo de la región y canales de comunicación. Para el análisis de datos, destino un tiempo de una semana.

Resultados Encuesta de Comunicación Interna

A continuación se pueden visualizar los resultados de comunicación interna, caracterizados por género, edad, cargo en la empresa y nivel de educación para la realización de un diagnóstico completo de la situación de la cooperativa, cuya muestra es de 68 personas encuestadas.

3.1.1.1 Caracterización de Públicos Internos Por Género

Tabla 3

Número de Hombres y Mujeres Encuestados

Hombres	Mujeres
41	27

Nota: La tabla muestra la cantidad de hombres y mujeres a quienes se les realizaron las encuestas.

Tabla 4

Tiempo que llevan trabajando los encuestados en Cootranshacaritama Ltda

1. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando en Cootranshacaritama Ltda?	
Menos de 2 Años	21
Entre 2 y 5 Años	16
Entre 5 y 12 Años	19
Más de 12 Años	12

Nota: La tabla muestra el tiempo de trabajo de los empleados en la cooperativa, donde se identifica que 21 personas tienen menos de dos años, 16 personas entre 2 y 5, 19 personas entre 5 y 12, y las 12 personas restantes, tienen más de 12 de estar laborando.

Tabla 5

Satisfacción de los empleados por su trayectoria en la cooperativa

2. ¿Está usted satisfecho(a) con su trayectoria en la empresa?	
Sí	48
No	20

Nota: La tabla muestra el nivel de satisfacción de los empleados por la cooperativa, donde la mayoría afirma estar satisfecha.

Tabla 6

Percepción de los empleados por la cooperativa

3. ¿Le gusta su empresa?	
Sí	42
No	26

Nota: La tabla muestra la percepción que tienen los empleados de la cooperativa, identificando que la mayoría, le gusta la empresa.

Tabla 7

Aportes de los empleados con su trabajo a la cooperativa

4. Con su trabajo ¿Qué aporta usted a la cooperativa?	
Buena Atención	16
Responsabilidad	13
Calidad	22
Experiencia	11
Eficiencia	1
Compromiso	5

Nota: La tabla muestra el aporte de los empleados a la cooperativa desde lo laboral, donde se identifica que 22 personas afirman brindar calidad en los servicios.

Tabla 8

Trayectoria y satisfacción en la empresa

5. ¿Si pudiera dejar la empresa por otro trabajo, con igualdad de sueldos y condiciones, se quedaría en la empresa?	
Sí	53
No	15

Nota: La tabla muestra el nivel de satisfacción de los empleados por la empresa, identificando que 53 personas, afirman querer quedarse en la cooperativa, si le ofrecieran empleo en otro sitio con igualdad de condiciones.

Tabla 9

Satisfacción por el trabajo

6. ¿Le resulta cómoda su manera de trabajar?	
Sí	39
No	19
Algunas Veces	10

Nota: La tabla muestra la opinión de los empleados frente a la manera de trabajar, donde se identifica que 39 personas de 68 encuestadas, se sienten cómodas con su manera de trabajar.

Tabla 10

Incomodidad en el trabajo

7. ¿Qué tipo de incomodidad se presenta a la hora de realizar su función?	
Fallas de iluminación	6
Equipos obsoletos	9
Ventilación inapropiada	3
Poco espacio	7
Ruidos	10
Presión por manejo de tiempo	16
Infraestructura vial	17

Nota: La tabla muestra el tipo de incomodidad que afecta más a los empleados de la cooperativa, identificando que la mayoría estar inconformes por la infraestructura vial y presión en el tiempo.

Tabla 11

Autonomía en el trabajo

8. ¿Tiene usted suficiente autonomía en su trabajo?	
Sí	37
No	10
Algunas Veces	8
Casi Siempre	13

Nota: La tabla muestra el nivel de autonomía de los empleados en la cooperativa, donde se identifica que 37 personas, afirman tener autonomía laboral.

Tabla 12

Relación con los jefes

9. ¿Sus ideas son escuchadas por sus jefes o superiores?	
Sí	41
No	7
Algunas Veces	11
Casi Siempre	9

Nota: La tabla muestra que 41 personas, afirman que sus jefes, escuchan sus ideas.

Tabla 13

Relacion con compañeros de trabajo

10. ¿Se lleva usted bien con sus compañeros de trabajo?	
Sí	57
No	0
Algunas Veces	8
Casi Siempre	3

Nota: La tabla muestra que 57 personas, afirman llevarse bien con sus compañeros de trabajo.

Tabla 14

Trabajo en equipo

11. ¿Considera usted que trabaja en equipo con su jefe y compañeros de trabajo?	
Sí	33
No	7
Algunas Veces	2
Casi Siempre	26

Nota: La tabla muestra que gran parte de los empleados, afirman trabajar en equipo con sus jefes y compañeros de trabajo.

Tabla 15

Percepción de los empleados por los jefes

12. ¿Cuál es la percepción que tiene de su jefe? Marque con una X , la opción que crea conveniente	
Comprometido, Empático y Responsable	15
Amable, Sociable y Carismático	12
Exigente y Comunicativo	3
Comprometido, Empático, Responsable y Exigente	38

Nota: La tabla muestra el grado de percepción de los empleados por el jefe, donde se identifica que 38 personas afirman que su jefe es comprometido, empático, responsable y exigente.

Tabla 16

Remuneración

13. ¿Cree usted que su trabajo está bien remunerado?	
Sí	53
No	15

Nota: La tabla muestra el nivel de satisfacción de los empleados por su salario, donde la mayoría afirma que su trabajo está bien remunerado.

Tabla 17

Año de creación de Cootranshacaritama Ltda

14. ¿Conoce el año de creación de Cootranshacaritama Ltda?	
Sí	19
No	49

Nota: La tabla muestra el grado de conocimiento de los empleados por el año de creación de la cooperativa. Donde 39 personas, no lo conocen.

Tabla 18

Conocimiento de la misión de la empresa

15. ¿Conoce la Misión de Cootranshacaritama?	
Sí	23
No	45

Nota: La tabla muestra el conocimiento que tienen los empleados de la cooperativa de la misión, donde la mayoría afirma no conocerla.

Tabla 19

Atributos en la misión

16. ¿Qué atributos aparecen en la misión de la cooperativa? (Selección la Opción que crea correcta)	
Eficiente, Confiable y Personal Idóneo	6
Responsabilidad, Compromiso y Calidad	4
Eficiente, Confiable y Compromiso	10
Compromiso, Calidad y Personal Idóneo	3

Nota: La tabla muestra el conocimiento de los empleados por los atributos en la misión, donde gran parte de ellos, no los conocen. Los atributos son eficiente, confiable y personal idóneo.

Tabla 20

Conocimiento de la visión de la empresa

17. ¿Conoce la Visión de Cootranshacaritama?	
Sí	19
No	49

Nota: La tabla muestra el conocimiento que tienen los empleados de la cooperativa de la visión, donde la mayoría afirma no conocerla.

Tabla 21

Atributos en la visión

18. ¿Qué atributos aparecen en la visión de la cooperativa? (Seleccione la opción que crea necesaria)	
Reconocimiento, Confiable y Desarrollo	6
Responsabilidad, Talento Humano y Tecnologías	5
Tecnologías, Confiable y Talento Humano	7
Reconocimiento, Desarrollo y Tecnologías	1

Nota: La tabla muestra el conocimiento de los empleados por los atributos en la visión, donde gran parte de ellos, no los conocen. Los atributos son reconocimiento, desarrollo y tecnologías.

Tabla 22

Conocimiento de los servicios de la empresa

19. ¿Cuáles son los servicios que ofrece Cootranshacaritama Ltda?	
Transporte	14
Transporte y Encomiendas	16
Transporte, Encomiendas, Estación de Servicio y Lavadero de Vehículos	21
Encomiendas y Estación de Servicio	9
Transporte y Estación de Servicio	8

Nota: La tabla muestra en conocimiento que tienen los empleados de los servicios ofrecidos por la cooperativa, donde 21 personas, conocen los servicios.

Tabla 23

Capacitación y orientación a empleados

20. ¿Al ingresar como empleado de la cooperativa, recibe algún tipo de capacitación u orientación sobre su trabajo?	
Sí	43
No	25

Nota: La tabla muestra si los empleados han recibido capacitación en sus labores, donde 23 afirman haber sido capacitados.

Tabla 24

Atención a los usuarios

21. ¿Conoce si la cooperativa tiene una oficina que atienda las inquietudes de los empleados (conductores, administrativos, despachadores...)?	
Sí	57
No	11

Nota: La tabla muestra el conocimiento de los empleados sobre la oficina de atención, donde la mayoría afirma que la cooperativa si posee una oficina.

Tabla 25

Atención a quejas por buzón de sugerencias

22. ¿Conoce si la cooperativa posee un buzón, que permita almacenar sus peticiones, quejas, reclamos y sugerencias (PQRS) para posteriormente ser atendidas?	
Sí	36
No	32

Nota: La tabla muestra que 36 personas afirman conocer un buzón de sugerencias, para almacenar sus inquietudes y 32 dicen no conocerlo.

Tabla 26

Medios utilizados para presentar quejas

23. ¿Qué medios utiliza usted para presentar peticiones, quejas, reclamos y sugerencias (PQRS)? (Marque las respuestas que crea convenientes)	
Llamada Telefónica	31
Correo Electrónico	8
De Manera Personal	17
Por Escrito (Oficio)	12

Nota: La tabla muestra los medios utilizados por los empleados para presentar quejas, peticiones, reclamos y sugerencias, identificando que la mayoría, utilizan las llamadas telefónicas y la manera personal.

Tabla 27

Atención oportuna a quejas

24. ¿Cuándo ha presentado peticiones, quejas, reclamos y sugerencias, le han sido atendidas oportunamente?	
Sí	33
No	5
Algunas Veces	13
Casi Siempre	17

Nota: La tabla muestra si los empleados sienten que sus quejas han sido atendidas oportunamente, donde la mayoría afirma tener atención eficiente a sus quejas.

Tabla 28

Conocimiento del reglamento de la empresa

25. ¿Conoce usted el reglamento de transporte de la Cooperativa de Transportadores Hacaritama Ltda?	
Sí	26
No	42

Nota: La tabla muestra el conocimiento que tienen los empleados del reglamento de transporte de la cooperativa, donde la mayoría afirma no conocerlo.

Tabla 29

Desconocimiento del Reglamento de transporte

26. ¿Por qué no conoce el reglamento de transporte de Cootranshacaritama Ltda?	
La cooperativa no me lo ha otorgado	29
Tengo el reglamento pero no lo he leído	4
No me interesa	6
Otro motivo	3

Nota: La tabla muestra por qué algunos empleados de la cooperativa no conocen el reglamento de la cooperativa, donde la mayoría afirma que la cooperativa no se los ha otorgado.

Tabla 30

Canales de comunicación de la empresa

27. ¿Cuáles son los canales de comunicación que se usan en Cootranshacaritama Ltda?	
Reuniones, Asambleas y Encuentros personales	17
Circulares, Teléfono y Correo Unificado	5
Buzón de Quejas y Sugerencia	6
Carteleras Informativas y WhatsApp	12
Todas Las Anteriores	28

Nota: La tabla muestra que canales de comunicación son frecuentados por los empleados, donde se identifica cuál de ellos presentó mayor número de respuesta.

3.1.1.2 Caracterización de públicos internos por edad

Tabla 31

Tiempo de labor de los encuestados en Cootranshacaritama Ltda

1. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando en Cootranshacaritama Ltda?				
	Edades			
	20-30 Años	31-40 Años	41-50 Años	Más de 50 Años
Menos de 2 Años	12 Personas	5 Personas	4 Personas	-
Entre 2 y 5 Años	3 Personas	10 Personas	-	3 Personas
Entre 5 y 12 Años	-	11 Personas	4 Personas	4 Personas
Más de 12 Años	-	3 Personas	5 Personas	4 Personas
Total	15 Personas	29 Personas	13 Personas	11 Personas

Nota: La tabla muestra el tiempo de labor de los encuestados en Cootranshacaritama, donde se identifica cuál de ellos presentó mayor número de respuesta.

Tabla 32

Satisfacción de los empleados por su trayectoria en la cooperativa

2. ¿Está usted satisfecho(a) con su trayectoria en la empresa?				
	Edades			
	20-30 Años	31-40 Años	41-50 Años	Más de 50 Años
Sí	9 Personas	18 Personas	10 Personas	11 Personas
No	6 Personas	11 Personas	3 Personas	-
Total	15 Personas	29 Personas	13 Personas	11 Personas

Nota: La tabla muestra el nivel de satisfacción de los empleados por su trayectoria en la cooperativa, donde se identifica cuál de ellos presentó mayor número de respuesta.

Tabla 33

Percepción de los empleados por la cooperativa

3. ¿Le gusta su empresa?				
	Edades			
	20-30 Años	31-40 Años	41-50 Años	Más de 50 Años
Sí	7 Personas	16 Personas	8 Personas	11 Personas
No	8 Personas	13 Personas	5 Personas	-
Total	15 Personas	29 Personas	13 Personas	11 Personas

Nota: La tabla muestra la percepción de los empleados por la empresa, donde se identifica cuál de ellos presentó mayor número de respuesta.

Tabla 34

Aportes de los empleados con su trabajo a la cooperativa

4. Con su trabajo ¿Qué aporta usted a la cooperativa?				
	Edades			
	20-30 Años	31-40 Años	41-50 Años	Más de 50 Años
Buena Atención	4 Personas	5 Personas	3 Personas	4 Personas
Responsabilidad	2 Personas	5 Personas	5 Personas	1 Personas
Calidad	5 Personas	10 Personas	4 Personas	3 Personas
Experiencia	3 Personas	6 Personas	-	2 Personas
Eficiencia	1 Personas	-	-	-
Compromiso	-	3 Personas	1 Personas	1 Personas
Total	15 Personas	29 Personas	13 Personas	11 Personas

Nota: La tabla muestra el aporte que realizan los empleados con su labor a Cootranshacaritama, donde se identifica cuál de ellos presentó mayor número de respuesta.

Tabla 35

Trayectoria y satisfacción en la empresa

5. ¿Si pudiera dejar la empresa por otro trabajo, con igualdad de sueldos y condiciones, se quedaría en la empresa?				
	Edades			
	20-30 Años	31-40 Años	41-50 Años	Más de 50 Años
Sí	10 Personas	20 Personas	13 Personas	10 Personas
No	5 Personas	9 Personas	-	1 Personas
Total	15 Personas	29 Personas	13 Personas	11 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados frente a su trayectoria en la cooperativa, las cuales son clasificadas por rango de edad.

Tabla 36

Satisfacción por el trabajo

6. ¿Le resulta cómoda su manera de trabajar?				
	Edades			
	20-30 Años	31-40 Años	41-50 Años	Más de 50 Años
Sí	4 Personas	15 Personas	12 Personas	8 Personas
No	7 Personas	9 Personas	-	3 Personas
Algunas Veces	4 Personas	5 Personas	1 Personas	-
Total	15 Personas	29 Personas	13 Personas	11 Personas

Nota: La tabla muestra las contestaciones de los encuestados frente a la comodidad en el trabajo, donde se identifican las respuestas por rango de edad.

Tabla 37

Incomodidad en el trabajo

7. ¿Qué tipo de incomodidad se presenta a la hora de realizar su función?				
	Edades			
	20-30 Años	31-40 Años	41-50 Años	Más de 50 Años
Fallas de iluminación	1 Personas	-	5 Personas	-
Equipos obsoletos	-	7 Personas	-	2 Personas
Ventilación inapropiada	-	-	3 Personas	-
Poco espacio	-	1 Personas	-	6 Personas
Ruidos	7 Personas	1 Personas	2 Personas	-
Presión por manejo de tiempo	5 Personas	8 Personas	2 Personas	1 Personas
Infraestructura vial	2 Personas	12 Personas	1 Personas	2 Personas
Total	15	29	13	11 Personas
	Personas	Personas	Personas	

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por rangos de edad, frente a las incomodidades que presentan a la hora de realizar su labor.

Tabla 38

Autonomía en el trabajo

8. ¿Tiene usted suficiente autonomía en su trabajo?				
	Edades			
	20-30 Años	31-40 Años	41-50 Años	Más de 50 Años
Sí	10 Personas	19 Personas	6 Personas	2 Personas
No	3 Personas	5 Personas	-	2 Personas
Algunas Veces	1 Personas	2 Personas	4 Personas	1 Personas
Casi Siempre	1 Personas	3 Personas	3 Personas	6 Personas
Total	15 Personas	29 Personas	13 Personas	11 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por rangos de edad, frente a la autonomía en su trabajo.

Tabla 39

Relación con los jefes

9. ¿Sus ideas son escuchadas por sus jefes o superiores?				
	Edades			
	20-30 Años	31-40 Años	41-50 Años	Más de 50 Años
Sí	10 Personas	16 Personas	7 Personas	8 Personas
No	1 Personas	6 Personas	-	-
Algunas Veces	2 Personas	2 Personas	4 Personas	3 Personas
Casi Siempre	2 Personas	5 Personas	2 Personas	-
Total	15 Personas	29 Personas	13 Personas	11 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificadas por rangos de edad, frente a la recepción de ideas por parte del jefe o superior.

Tabla 40

Relación con compañeros de trabajo

10. ¿Se lleva usted bien con sus compañeros de trabajo?				
	Edades			
	20-30 Años	31-40 Años	41-50 Años	Más de 50 Años
Sí	13 Personas	27 Personas	8 Personas	9 Personas
No	-	-	-	-
Algunas Veces	-	2 Personas	4 Personas	2 Personas
Casi Siempre	2 Personas	-	1 Personas	-
Total	15 Personas	29 Personas	13 Personas	11 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por rango de edad, frente a la relación con los compañeros de trabajo en la cooperativa.

Tabla 41

Trabajo en equipo

11. ¿Considera usted que trabaja en equipo con su jefe y compañeros de trabajo?				
	Edades			
	20-30 Años	31-40 Años	41-50 Años	Más de 50 Años
Sí	9 Personas	15 Personas	6 Personas	3 Personas
No	-	6 Personas	-	1 Personas
Algunas Veces	-	-	2 Personas	-
Casi Siempre	6 Personas	8 Personas	5 Personas	7 Personas
Total	15 Personas	29 Personas	13 Personas	11 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por rango de edad, frente al trabajo en equipo con sus jefes y compañeros de trabajo.

Tabla 42

Percepción de los empleados por los jefes

12. ¿Cuál es la percepción que tiene de su jefe? Marque con una X , la opción que crea convenientes				
	Edades			
	20-30 Años	31-40 Años	41-50 Años	Más de 50 Años
Comprometido, Empático y Responsable	7 Personas	3 Personas	2 Personas	3 Personas
Amable, Sociable y Carismático	5 Personas	4 Personas	-	3 Personas
Exigente y Comunicativo	-	2 Personas	1 Personas	-
Comprometido, Empático, Responsable y Exigente	3 Personas	20 Personas	10 Personas	5 Personas
Total	15 Personas	29 Personas	13 Personas	11 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por rango de edad, frente a la percepción que tienen de su jefe.

Tabla 43

Remuneración

13. ¿Cree usted que su trabajo está bien remunerado?				
	Edades			
	20-30 Años	31-40 Años	41-50 Años	Más de 50 Años
Sí	13 Personas	25 Personas	11 Personas	4 Personas
No	2 Personas	4 Personas	2 Personas	7 Personas
Total	15 Personas	29 Personas	13 Personas	11 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por rango de edad, frente al trabajo bien remunerado.

Tabla 44

Conocimiento del Año de creación de Cootranshacaritama Ltda

14. ¿Conoce el año de creación de Cootranshacaritama Ltda?				
	Edades			
	20-30 Años	31-40 Años	41-50 Años	Más de 50 Años
Sí	5 Personas	9 Personas	3 Personas	2 Personas
No	10 Personas	20 Personas	10 Personas	9 Personas
Total	15 Personas	29 Personas	13 Personas	11 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por rango de edad, frente al conocimiento del año de creación de Cootranshacaritama Ltda.

Tabla 45

Conocimiento de la misión de la empresa

15. ¿Conoce la Misión de Cootranshacaritama?				
	Edades			
	20-30 Años	31-40 Años	41-50 Años	Más de 50 Años
Sí	3 Personas	13 Personas	4 Personas	3 Personas
No	12 Personas	16 Personas	9 Personas	8 Personas
Total	15 Personas	29 Personas	13 Personas	11 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por rango de edad, frente al conocimiento de la misión de la cooperativa.

Tabla 46

Atributos en la misión

16. ¿Qué atributos aparecen en la misión de la cooperativa? (Seleccione la opción que crea correcta)				
	Edades			
	20-30 Años	31-40 Años	41-50 Años	Más de 50 Años
Eficiente, Confiable y Personal Idóneo	2 Personas	3 Personas	1 Personas	-
Responsabilidad, Compromiso y Calidad	1 Personas	2 Personas	1 Personas	-
Eficiente, Confiable y Compromiso	-	5 Personas	2 Personas	3 Personas
Compromiso, Calidad y Personal Idóneo		3 Personas		
Total	3 Personas	13 Personas	4 Personas	3 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por rango de edad, frente a los atributos que aparecen en la misión de la cooperativa, para verificar su respuesta.

Tabla 47

Conocimiento de la visión de la empresa

17. ¿Conoce la Visión de Cootranshacaritama?				
	Edades			
	20-30 Años	31-40 Años	41-50 Años	Más de 50 Años
Sí	2 Personas	11 Personas	4 Personas	2 Personas
No	13 Personas	18 Personas	9 Personas	9 Personas
Total	15 Personas	29 Personas	13 Personas	11 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por rango de edad, frente al conocimiento de la visión de la cooperativa.

Tabla 48

Atributos en la visión

18. ¿ Qué atributos aparecen en la visión de la cooperativa? (Seleccione la opción que crea correcta)				
	Edades			
	20-30 Años	31-40 Años	41-50 Años	Más de 50 Años
Reconocimiento, Confiable y Desarrollo	2 Personas	3 Personas	1 Personas	-
Responsabilidad, Talento Humano y Tecnologías	-	4 Personas	1 Personas	-
Tecnologías, Confiable y Talento Humano	-	4 Personas	2 Personas	1 Personas
Reconocimiento, Desarrollo y Tecnologías	-	-	-	1 Personas
Total	2 Personas	11 Personas	4 Personas	2 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por rango de edad, frente a los atributos que aparecen en la visión de la cooperativa, para verificar su respuesta.

Tabla 49

Conocimiento de los servicios de la empresa

19. ¿Cuáles son los servicios que ofrece Cootranshacaritama Ltda?				
	Edades			
	20-30 Años	31-40 Años	41-50 Años	Más de 50 Años
Transporte	2 Personas	8 Personas	3 Personas	1 Personas
Transporte y Encomiendas	7 Personas	5 Personas	2 Personas	2 Personas
Transporte, Encomiendas, Estación de Servicio y Lavadero de Vehículos	5 Personas	8 Personas	5 Personas	3 Personas
Encomiendas y Estación de Servicio	1 Personas	4 Personas	3 Personas	1 Personas
Transporte y Estación de Servicio	-	4 Personas	-	4 Personas
Total	15 Personas	29 Personas	13 Personas	11 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por rango de edad, frente al conocimiento de los servicios que ofrece la cooperativa..

Tabla 50

Capacitación y orientación a empleados

20. ¿Al ingresar como empleado de la cooperativa, recibe algún tipo de capacitación u orientación sobre su trabajo?				
	Edades			
	20-30 Años	31-40 Años	41-50 Años	Más de 50 Años
Sí	13 Personas	17 Personas	8 Personas	5 Personas
No	2 Personas	12 Personas	5 Personas	6 Personas
Total	15 Personas	29 Personas	13 Personas	11 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por rango de edad, frente a las capacitaciones u orientaciones dadas a los empleados de la cooperativa.

Tabla 51

Atención a los usuarios

21. ¿Conoce si la cooperativa tiene una oficina que atienda las inquietudes de los empleados (conductores, administrativos, despachadores...)?				
	Edades			
	20-30 Años	31-40 Años	41-50 Años	Más de 50 Años
Sí	13 Personas	25 Personas	11 Personas	8 Personas
No	2 Personas	4 Personas	2 Personas	3 Personas
Total	15 Personas	29 Personas	13 Personas	11 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por rango de edad, frente al conocimiento que tienen los empleados sobre la oficina de atención.

Tabla 52

Atención a quejas por buzón de sugerencias

22. ¿Conoce si la cooperativa posee un buzón, que permita almacenar sus peticiones, quejas, reclamos y sugerencias (PQRS) para posteriormente ser atendidas?				
	Edades			
	20-30 Años	31-40 Años	41-50 Años	Más de 50 Años
Sí	9 Personas	21 Personas	4 Personas	2 Personas
No	6 Personas	8 Personas	9 Personas	9 Personas
Total	15 Personas	29 Personas	13 Personas	11 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por rango de edad, frente al conocimiento que tienen los empleados sobre un buzón de sugerencias para almacenar inquietudes.

Tabla 53

Medios utilizados para presentar quejas

23. ¿Qué medios utiliza usted para presentar peticiones, quejas, reclamos y sugerencias (PQRS)? (Marque las respuestas que crea convenientes)				
	Edades			
	20-30 Años	31-40 Años	41-50 Años	Más de 50 Años
Llamada Telefónica	6 Personas	17 Personas	7 Personas	1 Personas
Correo Electrónico	2 Personas	5 Personas	1 Personas	-
De Manera Personal	5 Personas	7 Personas	-	5 Personas
Por Escrito (Oficio)	2 Personas	-	5 Personas	5 Personas
Total	15 Personas	29 Personas	13 Personas	11 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por rango de edad, frente a los medios que utilizan los empleados, para presentar PQRS.

Tabla 54

Atención oportuna a quejas

24. ¿Cuándo ha presentado peticiones, quejas, reclamos y sugerencias, le han sido atendidas oportunamente?				
	Edades			
	20-30 Años	31-40 Años	41-50 Años	Más de 50 Años
Sí	10 Personas	15 Personas	7 Personas	1 Personas
No	3 Personas	2 Personas	-	-
Algunas Veces	1 Personas	4 Personas	1 Personas	7 Personas
Casi Siempre	1 Personas	8 Personas	5 Personas	3 Personas
Total	15 Personas	29 Personas	13 Personas	11 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por rango de edad, frente a la atención oportuna de los PQRS de los empleados.

Tabla 55

Conocimiento del reglamento de la empresa

25. ¿Conoce usted el reglamento de transporte de la Cooperativa de Transportadores Hacaritama Ltda?				
	Edades			
	20-30 Años	31-40 Años	41-50 Años	Más de 50 Años
Sí	9 Personas	13 Personas	2 Personas	2 Personas
No	6 Personas	16 Personas	11 Personas	9 Personas
Total	15 Personas	29 Personas	13 Personas	11 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por rango de edad, frente al conocimiento que tienen los empleados del reglamento de transporte de Cootranshacaritama Ltda.

Tabla 56

Desconocimiento del Reglamento de transporte

26. ¿Por qué no conoce el reglamento de transporte de Cootranshacaritama Ltda?				
	Edades			
	20-30 Años	31-40 Años	41-50 Años	Más de 50 Años
La cooperativa no me lo ha otorgado	2 Personas	14 Personas	8 Personas	5 Personas
Tengo el reglamento pero no lo he leído	1 Personas	2 Personas	1 Personas	-
No me interesa	3 Personas	-	-	3 Personas
Otro motivo	-	-	2 Personas	1 Personas
Total	6 Personas	16 Personas	11 Personas	9 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por rango de edad, frente al desconocimiento que tienen los empleados sobre el reglamento de transporte de Cootranshacaritama Ltda.

Tabla 57

Canales de comunicación de la empresa

27. ¿Cuáles son los canales de comunicación que se usan en Cootranshacaritama Ltda?				
	Edades			
	20-30 Años	31-40 Años	41-50 Años	Más de 50 Años
Reuniones, Asambleas y Encuentros personales	3 Personas	9 Personas	4 Personas	1 Personas
Circulares, Teléfono y Correo Unificado	2 Personas	1 Personas	2 Personas	-
Buzón de Quejas y Sugerencia	-	4 Personas	-	2 Personas
Carteleras Informativas y WhatsApp	5 Personas	3 Personas	2 Personas	2 Personas
Todas Las Anteriores	5 Personas	12 Personas	5 Personas	6 Personas
Total	15 Personas	29 Personas	13 Personas	11 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por rango de edad, frente a los canales de comunicación frecuentados por los empleados de la cooperativa.

3.1.1.3 Caracterización de Públicos Internos por Nivel Educativo

Tabla 58

Tiempo de labor de los encuestados en Cootranshacaritama Ltda

1. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando en Cootranshacaritama Ltda?					
	Nivel Educativo				
	Ninguno	Primaria	Bachillerato	Profesional	Post-Grado
Menos de 2 Años	7 Personas	9 Personas	5 Personas	-	-
Entre 2 y 5 Años	9 Personas	3 Personas	3 Personas	1 Personas	-
Entre 5 y 12 Años	3 Personas	11 Personas	3 Personas	2 Personas	-
Más de 12 Años	4 Personas	2 Personas	6 Personas	-	-
Total	23	25	17 Personas	3 Personas	0 Personas
	Personas	Personas			

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por nivel educativo, frente al tiempo de labor que tienen los empleados de la cooperativa.

Tabla 59

Satisfacción de los empleados por su trayectoria en la cooperativa

2. ¿Está usted satisfecho(a) con su trayectoria en la empresa?					
	Nivel Educativo				
	Ninguno	Primaria	Bachillerato	Profesional	Post-Grado
Sí	17 Personas	18 Personas	10 Personas	3 Personas	-
No	6 Personas	7 Personas	7 Personas	-	-
Total	23 Personas	25 Personas	17 Personas	3 Personas	0 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por nivel educativo, frente a la satisfacción de los empleados, por su trayectoria en la cooperativa.

Tabla 60

Percepción de los empleados por la cooperativa

3. ¿Le gusta su empresa?					
	Nivel Educativo				
	Ninguno	Primaria	Bachillerato	Profesional	Post-Grado
Sí	14 Personas	16 Personas	9 Personas	3 Personas	-
No	9 Personas	9 Personas	8 Personas	-	-
Total	23 Personas	25 Personas	17 Personas	3 Personas	0 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por nivel educativo, frente al tiempo de labor que tienen los empleados de la cooperativa.

Tabla 61

Aportes de los empleados con su trabajo a la cooperativa

4. Con su trabajo ¿Qué aporta usted a la cooperativa?					
	Nivel Educativo				
	Ninguno	Primaria	Bachillerato	Profesional	Post-Grado
Buena Atención	7 Personas	4 Personas	5 Personas	-	-
Responsabilidad	3 Personas	7 Personas	2 Personas	1 Personas	-
Calidad	13 Personas	3 Personas	6 Personas	-	-
Experiencia	-	8 Personas	1 Personas	2 Personas	-
Eficiencia	-	1 Personas	-	-	-
Compromiso	-	2 Personas	3 Personas	-	-
Total	23 Personas	25 Personas	17 Personas	3 Personas	0 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por nivel educativo, frente a los aportes que generan con su labor en la cooperativa.

Tabla 62

Trayectoria y satisfacción en la empresa

5. ¿Si pudiera dejar la empresa por otro trabajo, con igualdad de sueldos y condiciones, se quedaría en la empresa?					
	Nivel Educativo				
	Ninguno	Primaria	Bachillerato	Profesional	Post-Grado
Sí	19 Personas	16 Personas	16 Personas	2 Personas	-
No	4 Personas	9 Personas	1 Personas	1 Personas	-
Total	23 Personas	25 Personas	17 Personas	3 Personas	0 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por nivel educativo, frente a la satisfacción en la cooperativa.

Tabla 63

Satisfacción por el trabajo

6. ¿Le resulta cómoda su manera de trabajar?					
	Nivel Educativo				
	Ninguno	Primaria	Bachillerato	Profesional	Post-Grado
Sí	14 Personas	19 Personas	4 Personas	2 Personas	-
No	7 Personas	6 Personas	5 Personas	1 Personas	-
Algunas Veces	2 Personas	-	8 Personas	-	-
Total	23 Personas	25 Personas	17 Personas	3 Personas	0 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por nivel educativo, frente a la comodidad a la hora de ejercer sus labores.

Tabla 64

Incomodidad en el trabajo

7. ¿Qué tipo de incomodidad se presenta a la hora de realizar su función?					
	Nivel Educativo				
	Ninguno	Primaria	Bachillerato	Profesional	Post-Grado
Fallas de iluminación	3 Personas	2 Personas	1 Personas	-	-
Equipos obsoletos	2 Personas	5 Personas	2 Personas	-	-
Ventilación inapropiada	-	3 Personas	-	-	-
Poco espacio	2 Personas	5 Personas	-	-	-
Ruidos	6 Personas	-	1 Personas	3 Personas	-
Presión por manejo de tiempo	7 Personas	4 Personas	5 Personas	-	-
Infraestructura vial	3 Personas	6 Personas	8 Personas	-	-
Total	23 Personas	25 Personas	17 Personas	3 Personas	0 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por nivel educativo, frente a las incomodidades presentadas al ejercer sus labores.

Tabla 65

Autonomía en el trabajo

8. ¿Tiene usted suficiente autonomía en su trabajo?					
	Nivel Educativo				
	Ninguno	Primaria	Bachillerato	Profesional	Post-Grado
Sí	9 Personas	12 Personas	13 Personas	3 Personas	-
No	4 Personas	2 Personas	4 Personas	-	-
Algunas Veces	5 Personas	3 Personas	-	-	-
Casi Siempre	5 Personas	8 Personas	-	-	-
Total	23 Personas	25 Personas	17 Personas	3 Personas	0 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por nivel educativo, frente a la autonomía de los empleados en el trabajo.

Tabla 66

Relación con los jefes

9. ¿Sus ideas son escuchadas por sus jefes o superiores?					
	Nivel Educativo				
	Ninguno	Primaria	Bachillerato	Profesional	Post-Grado
Sí	13 Personas	18 Personas	7 Personas	3 Personas	-
No	2 Personas	1 Personas	4 Personas	-	-
Algunas Veces	6 Personas	3 Personas	2 Personas	-	-
Casi Siempre	2 Personas	3 Personas	4 Personas	-	-
Total	23 Personas	25 Personas	17 Personas	3 Personas	0 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por nivel educativo, frente a la atención de los jefes, a las ideas que aportan los empleados.

Tabla 67

Relación con compañeros de trabajo

10. ¿Se lleva usted bien con sus compañeros de trabajo?					
	Nivel Educativo				
	Ninguno	Primaria	Bachillerato	Profesional	Post-Grado
Sí	19 Personas	21 Personas	14 Personas	3 Personas	-
No	-	-	-	-	-
Algunas Veces	4 Personas	2 Personas	2 Personas	-	-
Casi Siempre	-	2 Personas	1 Personas	-	-
Total	23 Personas	25 Personas	17 Personas	3 Personas	0 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por nivel educativo, frente a la relación de los empleados con sus compañeros de trabajo.

Tabla 68

Trabajo en equipo

11. ¿Considera usted que trabaja en equipo con su jefe y compañeros de trabajo?					
	Nivel Educativo				
	Ninguno	Primaria	Bachillerato	Profesional	Post-Grado
Sí	10 Personas	13 Personas	9 Personas	1 Personas	-
No	2 Personas	3 Personas	2 Personas	-	-
Algunas Veces	-	-	2 Personas	-	-
Casi Siempre	11 Personas	9 Personas	4 Personas	2 Personas	-
Total	23 Personas	25 Personas	17 Personas	3 Personas	0 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por nivel educativo, frente al trabajo en equipo con compañeros de trabajo y jefes.

Tabla 69

Percepción de los empleados por los jefes

12. ¿Cuál es la percepción que tiene de su jefe? Marque con una X , la opción que crea conveniente					
	Nivel Educativo				
	Ninguno	Primaria	Bachillerato	Profesional	Post-Grado
Comprometido, Empático y Responsable	7 Personas	4 Personas	3 Personas	1 Personas	-
Amable, Sociable y Carismático	3 Personas	6 Personas	3 Personas	-	-
Exigente y Comunicativo	-	2 Personas	1 Personas	-	-
Comprometido, Empático, Responsable y Exigente	13 Personas	13 Personas	10 Personas	2 Personas	-
Total	23 Personas	25 personas	17 personas	3 Personas	0 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por nivel educativo, frente a la percepción que tienen los empleados de sus jefes.

Tabla 70

Remuneración

13. ¿Cree usted que su trabajo está bien remunerado?					
	Nivel Educativo				
	Ninguno	Primaria	Bachillerato	Profesional	Post-Grado
Sí	20 Personas	16 Personas	14 Personas	3 Personas	-
No	3 Personas	9 Personas	3 Personas	-	-
Total	23 Personas	25 Personas	17 Personas	3 Personas	0 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por nivel educativo, frente a la remuneración de los empleados de la cooperativa.

Tabla 71

Conocimiento del Año de creación de Cootranshacaritama Ltda

14. ¿Conoce el año de creación de Cootranshacaritama Ltda?					
	Nivel Educativo				
	Ninguno	Primaria	Bachillerato	Profesional	Post-Grado
Sí	7 Personas	6 Personas	4 Personas	2 Personas	-
No	16 Personas	19 Personas	13 Personas	1 Personas	-
Total	23 Personas	25 Personas	17 Personas	3 Personas	0 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por nivel educativo, frente al conocimiento que tienen los empleados del año de creación de Cootranshacaritama Ltda.

Tabla 72

Conocimiento de la misión de la empresa

15. ¿Conoce la Misión de Cootranshacaritama?					
	Nivel Educativo				
	Ninguno	Primaria	Bachillerato	Profesional	Post-Grado
Sí	9 Personas	6 Personas	6 Personas	2 Personas	-
No	14 Personas	19 Personas	11 Personas	1 Personas	-
Total	23 Personas	25 Personas	17 Personas	3 Personas	0 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por nivel educativo, frente al conocimiento que tienen los empleados de a misión de la cooperativa.

Tabla 73

Atributos en la misión

16. ¿Qué atributos aparecen en la misión de la cooperativa? (Selección la Opción que crea correcta)					
	Nivel Educativo				
	Ninguno	Primaria	Bachillerato	Profesional	Post-Grado
Eficiente, Confiable y Personal Idóneo	6 Personas	-	-	-	-
Responsabilidad, Compromiso y Calidad	-	3 Personas	1 Personas	-	-
Eficiente, Confiable y Compromiso	1 Personas	2 Personas	5 Personas	2 Personas	-
Compromiso, Calidad y Personal Idóneo	2 Personas	1 Personas	-	-	-
Total	9 Personas	6 Personas	6 Personas	2 Personas	0 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por nivel educativo, frente al conocimiento que tienen los empleados, sobre los atributos de la misión de la cooperativa

Tabla 74

Conocimiento de la visión de la empresa

17. ¿Conoce la Visión de Cootranshacaritama?					
	Nivel Educativo				
	Ninguno	Primaria	Bachillerato	Profesional	Post-Grado
Sí	8 Personas	6 Personas	3 Personas	2 Personas	-
No	15 Personas	19 Personas	14 Personas	1 Personas	-
Total	23 Personas	25 Personas	17 Personas	3 Personas	0 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por nivel educativo, frente al conocimiento que tienen los empleados de la visión de la cooperativa.

Tabla 75

Atributos en la visión

18. ¿ Qué atributos aparecen en la visión de la cooperativa? (Seleccione la opción que crea necesaria)					
	Nivel Educativo				
	Ninguno	Primaria	Bachillerato	Profesional	Post-Grado
Reconocimiento, Confiable y Desarrollo	1 Personas	3 Personas	2 Personas	-	-
Responsabilidad, Talento Humano y Tecnologías	4 Personas	-	-	1 Personas	-
Tecnologías, Confiable y Talento Humano	3 Personas	2 Personas	1 Personas	1 Personas	-
Reconocimiento, Desarrollo y Tecnologías	-	1 Personas	-	-	-
Total	8 Personas	6 Personas	3 Personas	2 Personas	0 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por nivel educativo, frente al conocimiento que tienen los empleados de la misión de la cooperativa

Tabla 76

Conocimiento de los servicios de la empresa

19. ¿Cuáles son los servicios que ofrece Cootranshacaritama Ltda?					
	Nivel Educativo				
	Ninguno	Primaria	Bachillera to	Profesiona l	Post- Grado
Transporte	3 Personas	5 Personas	6 Personas	-	-
Transporte y Encomiendas	7 Personas	5 Personas	3 Personas	1 Personas	-
Transporte, Encomiendas, Estación de Servicio y Lavadero de Vehículos	10 Personas	5 Personas	4 Personas	2 Personas	-
Encomiendas y Estación de Servicio	2 Personas	7 Personas	-	-	-
Transporte y Estación de Servicio	1 Personas	3 Personas	4 Personas	-	-
Total	23 Personas	25 Personas	17 Personas	3 Personas	0 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por nivel educativo, frente al conocimiento que tienen los empleados de los servicios que ofrece la cooperativa

Tabla 77

Capacitación y orientación a empleados

20. ¿Al ingresar como empleado de la cooperativa, recibe algún tipo de capacitación u orientación sobre su trabajo?					
	Nivel Educativo				
	Ninguno	Primaria	Bachillerato	Profesional	Post-Grado
Sí	16 Personas	11 Personas	13 Personas	3 Personas	-
No	7 Personas	14 Personas	4 Personas	-	-
Total	23 Personas	25 Personas	17 Personas	3 Personas	0 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por nivel educativo, frente a capacitaciones y orientaciones ofrecidas a los empleados.

Tabla 78

Atención a los usuarios

21. ¿Conoce si la cooperativa tiene una oficina que atienda las inquietudes de los empleados (conductores, administrativos, despachadores...)?					
	Nivel Educativo				
	Ninguno	Primaria	Bachillerato	Profesional	Post-Grado
Sí	19 Personas	20 Personas	15 Personas	3 Personas	-
No	4 Personas	5 Personas	2 Personas	-	-
Total	23 Personas	25 Personas	17 Personas	3 Personas	0 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por nivel educativo, frente al conocimiento que tienen los empleados de la oficina de atención.

Tabla 79

Atención a quejas por buzón de sugerencias

22. ¿Conoce si la cooperativa posee un buzón, que permita almacenar sus peticiones, quejas, reclamos y sugerencias (PQRS) para posteriormente ser atendidas?					
	Nivel Educativo				
	Ninguno	Primaria	Bachillerato	Profesional	Post-Grado
Sí	9 Personas	13 Personas	11 Personas	3 Personas	-
No	14 Personas	12 Personas	6 Personas	-	-
Total	23 Personas	25 Personas	17 Personas	3 Personas	0 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por nivel educativo, frente al buzón de sugerencias, que permita almacenar PQRS.

Tabla 80

Medios utilizados para presentar quejas

23. ¿Qué medios utiliza usted para presentar peticiones, quejas, reclamos y sugerencias (PQRS)? (Marque las respuestas que crea convenientes)					
	Nivel Educativo				
	Ninguno	Primaria	Bachillerato	Profesional	Post-Grado
Llamada Telefónica	8 Personas	9 Personas	14 Personas	-	-
Correo Electrónico	2 Personas	5 Personas	1 Personas	-	-
De Manera Personal	10 Personas	6 Personas	1 Personas	-	-
Por Escrito (Oficio)	3 Personas	5 Personas	1 Personas	3 Personas	-
Total	23 Personas	25 Personas	17 Personas	3 Personas	0 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por nivel educativo, frente a los medios utilizados para presentar PQRS.

Tabla 81

Atención oportuna a quejas

24. ¿Cuándo ha presentado peticiones, quejas, reclamos y sugerencias, le han sido atendidas oportunamente?					
	Nivel Educativo				
	Ninguno	Primaria	Bachillerato	Profesional	Post-Grado
Sí	17 Personas	10 Personas	3 Personas	3 Personas	-
No	1 Personas	2 Personas	2 Personas	-	-
Algunas Veces	5 Personas	4 Personas	4 Personas	-	-
Casi Siempre	-	9 Personas	8 Personas	-	-
Total	23 Personas	25 Personas	17 Personas	3 Personas	0 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por nivel educativo, frente a la atención oportuna a los PQRS de los empleados.

Tabla 82

Conocimiento del reglamento de la empresa

25. ¿Conoce usted el reglamento de transporte de la Cooperativa de Transportadores Hacaritama Ltda?					
	Nivel Educativo				
	Ninguno	Primaria	Bachillerato	Profesional	Post-Grado
Sí	13 Personas	7 Personas	3 Personas	3 Personas	-
No	10 Personas	18 Personas	14 Personas	-	-
Total	23 Personas	25 Personas	17 Personas	3 Personas	0 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por nivel educativo, frente al conocimiento que tienen los empleados del reglamento de transporte de Cootranshacaritama Ltda.

Tabla 83

Desconocimiento del Reglamento de transporte

26. ¿Por qué no conoce el reglamento de transporte de Cootranshacaritama Ltda?					
	Nivel Educativo				
	Ninguno	Primaria	Bachillerato	Profesional	Post-Grado
La cooperativa no me lo ha otorgado	7 Personas	13 Personas	9 Personas	-	-
Tengo el reglamento pero no lo he leído	2 Personas	1 Personas	1 Personas	-	-
No me interesa	-	4 Personas	2 Personas	-	-
Otro motivo	1 Personas	-	2 Personas	-	-
Total	10 Personas	18 Personas	14 Personas	0 Personas	0 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por nivel educativo, frente al desconocimiento del reglamento de transporte que tienen los empleados de la cooperativa.

Tabla 84

Canales de comunicación de la empresa

27. ¿Cuáles son los canales de comunicación que se usan en Cootranshacaritama Ltda?					
	Nivel Educativo				
	Ninguno	Primaria	Bachillerato	Profesional	Post-Grado
Reuniones, Asambleas y Encuentros personales	10 Personas	3 Personas	4 Personas	-	-
Circulares, Teléfono y Correo Unificado	3 Personas	1 Personas	1 Personas	-	-
Buzón de Quejas y Sugerencia	2 Personas	4 Personas	-	-	-
Carteleras Informativas y WhatsApp	5 Personas	6 Personas	1 Personas	-	-
Todas Las Anteriores	3 Personas	11 Personas	11 Personas	3 Personas	-
Total	23 Personas	25 Personas	17 Personas	3 Personas	0 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por nivel educativo, frente a los canales de comunicación frecuentados por los empleados de Cootranshacaritama Ltda.

3.1.1.4 Caracterización de Públicos Internos por Cargo

Tabla 85

Tiempo de labor de los encuestados en Cootranshacaritama Ltda

1. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando en Cootranshacaritama Ltda?		
	Cargo en la cooperativa	
	Conductor	Operativo-Administrativo
Menos de 2 Años	16	5
Entre 2 y 5 Años	14	2
Entre 5 y 12 Años	14	5
Más de 12 Años	11	1
Total	55 Personas	13 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por cargo en la cooperativa, frente al tiempo que llevan laborando en Cootranshacaritama Ltda.

Tabla 86

Satisfacción de los empleados por su trayectoria en la cooperativa

2. ¿Está usted satisfecho(a) con su trayectoria en la empresa?		
	Cargo en la cooperativa	
	Conductor	Operativo-Administrativo
Sí	42	6
No	13	7
Total	55 Personas	13 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por cargo en la cooperativa, frente a la satisfacción de los empleados por su trayectoria en Cootranshacaritama Ltda.

Tabla 87

Percepción de los empleados por la cooperativa

3. ¿Le gusta su empresa?		
	Cargo en la cooperativa	
	Conductor	Operativo-Administrativo
Sí	31	11
No	24	2
Total	55 Personas	13 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por cargo en la cooperativa, frente a la satisfacción por Cootranshacaritama Ltda.

Tabla 88

Aportes de los empleados con su trabajo a la cooperativa

4. Con su trabajo ¿Qué aporta usted a la cooperativa?		
	Cargo en la cooperativa	
	Conductor	Operativo-Administrativo
Buena Atención	11	5
Responsabilidad	11	2
Calidad	20	2
Experiencia	9	2
Eficiencia	1	-
Compromiso	3	2
Total	55 Personas	13 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por cargo en la cooperativa, frente al aporte que realizan los empleados con su labor a Cootranshacaritama Ltda.

Tabla 89

Trayectoria y satisfacción en la empresa

5. ¿Si pudiera dejar la empresa por otro trabajo, con igualdad de sueldos y condiciones, se quedaría en la empresa?		
	Cargo en la cooperativa	
	Conductor	Operativo-Administrativo
Sí	43	10
No	12	3
Total	55 Personas	13 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por cargo en la cooperativa, frente al aprecio de los empleados por Cootranshacaritama Ltda.

Tabla 90

Satisfacción por el trabajo

6. ¿Le resulta cómoda su manera de trabajar?		
	Cargo en la cooperativa	
	Conductor	Operativo-Administrativo
Sí	32	7
No	14	5
Algunas Veces	9	1
Total	55 Personas	13 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por cargo en la cooperativa, frente a la comodidad de los empleados por su labor en Cootranshacaritama Ltda.

Tabla 91

Incomodidad en el trabajo

7. ¿Qué tipo de incomodidad se presenta a la hora de realizar su función?		
	Cargo en la cooperativa	
	Conductor	Operativo-Administrativo
Fallas de iluminación	-	6
Equipos obsoletos	5	4
Ventilación inapropiada	-	3
Poco espacio	7	-
Ruidos	10	-
Presión por manejo de tiempo	16	-
Infraestructura vial	17	-
Total	55 Personas	13 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por cargo en la cooperativa, frente a las incomodidades de los empleados a la hora de realizar sus labores en Cootranshacaritama Ltda.

Tabla 92

Autonomía en el trabajo

8. ¿Tiene usted suficiente autonomía en su trabajo?		
	Cargo en la cooperativa	
	Conductor	Operativo-Administrativo
Sí	28	9
No	9	1
Algunas Veces	7	1
Casi Siempre	11	2
Total	55 Personas	13 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por cargo en la cooperativa, frente a la autonomía de los empleados en el trabajo.

Tabla 93

Relación con los jefes

9. ¿Sus ideas son escuchadas por sus jefes o superiores?		
	Cargo en la cooperativa	
	Conductor	Operativo-Administrativo
Sí	34	7
No	6	1
Algunas Veces	9	2
Casi Siempre	6	3
Total	55 Personas	13 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por cargo en la cooperativa, frente a la atención de los jefes a las ideas de los empleados en Cootranshacaritama Ltda.

Tabla 94

Relación con compañeros de trabajo

10. ¿Se lleva usted bien con sus compañeros de trabajo?		
	Cargo en la cooperativa	
	Conductor	Operativo-Administrativo
Sí	52	5
No	-	-
Algunas Veces	3	5
Casi Siempre	-	3
Total	55 Personas	13 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por cargo en la cooperativa, frente a la relación de los empleados con sus compañeros de trabajo.

Tabla 95

Trabajo en equipo

11. ¿Considera usted que trabaja en equipo con su jefe y compañeros de trabajo?		
	Cargo en la cooperativa	
	Conductor	Operativo-Administrativo
Sí	27	6
No	4	3
Algunas Veces	2	-
Casi Siempre	22	4
Total	55 Personas	13 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por cargo en la cooperativa, frente al trabajo en equipo con el jefe y compañeros de trabajo en Cootranshacaritama Ltda.

Tabla 96

Percepción de los empleados por los jefes

12. ¿Cuál es la percepción que tiene de su jefe? Marque con una X , la opción que crea conveniente		
	Cargo en la cooperativa	
	Conductor	Operativo-Administrativo
Comprometido, Empático y Responsable	13	2
Amable, Sociable y Carismático	8	4
Exigente y Comunicativo	-	3
Comprometido, Empático, Responsable y Exigente	34	4
Total	55 Personas	13 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por cargo en la cooperativa, frente a la percepción de los empleados por su jefe.

Tabla 97

Remuneración

13. ¿Cree usted que su trabajo está bien remunerado?		
	Cargo en la cooperativa	
	Conductor	Operativo-Administrativo
Sí	43	10
No	12	3
Total	55 Personas	13 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por cargo en la cooperativa, frente a la remuneración que reciben por su labor en Cootranshacaritama Ltda..

Tabla 98

Conocimiento del Año de creación de Cootranshacaritama Ltda

14. ¿Conoce el año de creación de Cootranshacaritama Ltda?		
	Cargo en la cooperativa	
	Conductor	Operativo-Administrativo
Sí	15	4
No	40	9
Total	55 Personas	13 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por cargo en la cooperativa, frente al conocimiento de los empleados por el año de creación de Cootranshacaritama Ltda.

Tabla 99

Conocimiento de la misión de la empresa

15. ¿Conoce la Misión de Cootranshacaritama?		
	Cargo en la cooperativa	
	Conductor	Operativo-Administrativo
Sí	18	5
No	37	8
Total	55 Personas	13 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por cargo en la cooperativa, frente al conocimiento de los empleados por la misión de Cootranshacaritama Ltda.

Tabla 100

Atributos en la misión

16. ¿Qué atributos aparecen en la misión de la cooperativa? (Selección la Opción que crea correcta)		
	Cargo en la cooperativa	
	Conductor	Operativo-Administrativo
Eficiente, Confiable y Personal Idóneo	3	3
Responsabilidad, Compromiso y Calidad	4	-
Eficiente, Confiable y Compromiso	8	2
Compromiso, Calidad y Personal Idóneo	3	-
Total	18 Personas	15 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por cargo en la cooperativa, frente al conocimiento de los empleados por los atributos de la misión de Cootranshacaritama Ltda.

Tabla 101

Conocimiento de la visión de la empresa

17. ¿Conoce la Visión de Cootranshacaritama?		
	Cargo en la cooperativa	
	Conductor	Operativo-Administrativo
Sí	16	3
No	39	10
Total	55 Personas	13 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por cargo en la cooperativa, frente al conocimiento de los empleados por la visión de Cootranshacaritama Ltda.

Tabla 102

Atributos en la visión

18. ¿ Qué atributos aparecen en la visión de la cooperativa? (Seleccione la opción que crea necesaria)		
	Cargo en la cooperativa	
	Conductor	Operativo-Administrativo
Reconocimiento, Confiable y Desarrollo	6	-
Responsabilidad, Talento Humano y Tecnologías	5	-
Tecnologías, Confiable y Talento Humano	5	2
Reconocimiento, Desarrollo y Tecnologías	-	1
Total	16 Personas	3 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por cargo en la cooperativa, frente al conocimiento de los empleados por los atributos de la visión de Cootranshacaritama Ltda.

Tabla 103

Conocimiento de los servicios de la empresa

19. ¿Cuáles son los servicios que ofrece Cootranshacaritama Ltda?		
	Cargo en la cooperativa	
	Conductor	Operativo-Administrativo
Transporte	9	5
Transporte y Encomiendas	8	8
Transporte, Encomiendas, Estación de Servicio y Lavadero de Vehículos	21	-
Encomiendas y Estación de Servicio	9	-
Transporte y Estación de Servicio	8	-
Total	55 Personas	13 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por cargo en la cooperativa, frente al conocimiento de los empleados por los servicios que ofrece Cootranshacaritama Ltda.

Tabla 104

Capacitación y orientación a empleados

20. ¿Al ingresar como empleado de la cooperativa, recibe algún tipo de capacitación u orientación sobre su trabajo?		
	Cargo en la cooperativa	
	Conductor	Operativo-Administrativo
Sí	35	8
No	20	5
Total	55 Personas	13 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por cargo en la cooperativa, frente a las capacitaciones y orientaciones a los empleados de Cootranshacaritama Ltda.

Tabla 105

Atención a los usuarios

21. ¿Conoce si la cooperativa tiene una oficina que atienda las inquietudes de los empleados (conductores, administrativos, despachadores...)?		
	Cargo en la cooperativa	
	Conductor	Operativo-Administrativo
Sí	46	11
No	9	2
Total	55 Personas	13 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por cargo en la cooperativa, frente al conocimiento de los empleados sobre la oficina de atención a sus inquietudes en Cootranshacaritama Ltda.

Tabla 106

Atención a quejas por buzón de sugerencias

22. ¿Conoce si la cooperativa posee un buzón, que permita almacenar sus peticiones, quejas, reclamos y sugerencias (PQRS) para posteriormente ser atendidas?		
	Cargo en la cooperativa	
	Conductor	Operativo-Administrativo
Sí	27	9
No	28	4
Total	55 Personas	13 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por cargo en la cooperativa, frente al conocimiento de los empleados por un buzón de sugerencias para almacenar los PQRS en Cootranshacaritama Ltda.

Tabla 107

Medios utilizados para presentar quejas

23. ¿Qué medios utiliza usted para presentar peticiones, quejas, reclamos y sugerencias (PQRS)? (Marque las respuestas que crea convenientes)		
	Cargo en la cooperativa	
	Conductor	Operativo-Administrativo
Llamada Telefónica	23	8
Correo Electrónico	7	1
De Manera Personal	16	1
Por Escrito (Oficio)	9	3
Total	55 Personas	13 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por cargo en la cooperativa, frente a los medios utilizados por los empleados para presentar PQRS en Cootranshacaritama Ltda.

Tabla 108

Atención oportuna a quejas

24. ¿Cuándo ha presentado peticiones, quejas, reclamos y sugerencias, le han sido atendidas oportunamente?		
	Cargo en la cooperativa	
	Conductor	Operativo-Administrativo
Sí	26	7
No	3	2
Algunas Veces	10	3
Casi Siempre	16	1
Total	55 Personas	13 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por cargo en la cooperativa, frente a la atención oportuna a los PQRS presentados por los empleados de Cootranshacaritama Ltda.

Tabla 109

Conocimiento del reglamento de la empresa

25. ¿Conoce usted el reglamento de transporte de la Cooperativa de Transportadores Hacaritama Ltda?		
	Cargo en la cooperativa	
	Conductor	Operativo-Administrativo
Sí	21	5
No	34	8
Total	55 Personas	13 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por cargo en la cooperativa, frente al conocimiento de los empleados por el reglamento de transporte de Cootranshacaritama Ltda.

Tabla 110

Desconocimiento del Reglamento de transporte

26. ¿Por qué no conoce el reglamento de transporte de Cootranshacaritama Ltda?		
	Cargo en la cooperativa	
	Conductor	Operativo-Administrativo
La cooperativa no me lo ha otorgado	29	-
Tengo el reglamento pero no lo he leído	4	-
No me interesa	1	5
Otro motivo	-	3
Total	34 Personas	8 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por cargo en la cooperativa, frente al desconocimiento de los empleados por el reglamento de transporte de Cootranshacaritama Ltda.

Tabla 111

Canales de comunicación de la empresa

27. ¿Cuáles son los canales de comunicación que se usan en Cootranshacaritama Ltda?		
	Cargo en la cooperativa	
	Conductor	Operativo-Administrativo
Reuniones, Asambleas y Encuentros personales	15	2
Circulares, Teléfono y Correo Unificado	5	-
Buzón de Quejas y Sugerencia	6	-
Carteleras Informativas y WhatsApp	12	-
Todas las Anteriores	17	11
Total	55 Personas	13 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por cargo en la cooperativa, frente a los canales de comunicación frecuentados por los empleados de Cootranshacaritama Ltda.

Resultados Encuesta de Comunicación Externa

3.1.1.5 Caracterización de Públicos Externos por Género

Tabla 112

Número de mujeres y hombres encuestados

Hombres	Mujeres
33	35

Nota: La tabla muestra el número de hombres y mujeres encuestados.

Tabla 113

Conocimiento del público externo por Cootranshacaritama Ltda.

1. ¿Ha escuchado de la cooperativa Cootranshacaritama Ltda?	
Sí	47
No	10
Algunas Veces	7
Casi Siempre	4

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por género, frente al conocimiento que tienen de Cootranshacaritama Ltda.

Tabla 114

Colores que identifican a Cootranshacaritama Ltda

2. ¿Cuáles son los colores que identifican a Cootranshacaritama Ltda?	
Azul y Blanco	14
Verde y Blanco	40
Amarillo y Verde	4

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por género, frente al conocimiento de los colores que identifican a Cootranshacaritama Ltda.

Tabla 115

Servicios de Cootranshacaritama Ltda

3. ¿Conoce los servicios que ofrece esta cooperativa?	
Sí	42
No	16

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por género, frente al conocimiento de los servicios que ofrece Cootranshacaritama Ltda.

Tabla 116

Conocimiento de los servicios de Cootranshacaritama Ltda

4. ¿Qué servicios conoce de Cootranshacaritama Ltda?	
Servicio de Transporte municipal e intermunicipal	31
Servicio de Transporte municipal e intermunicipal –Envío de encomiendas	8
Servicio de Transporte municipal e intermunicipal-Estación de servicio	2
Servicio de Transporte municipal e intermunicipal-Lavadero de vehículos	1

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por género, frente al conocimiento de los servicios que ofrece Cootranshacaritama Ltda al público en general.

Tabla 117

Interés del público por información de Cootranshacaritama Ltda

5. ¿Estarías interesado en recibir información de la cooperativa?	
Sí	40
No	28

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por género, frente al interés del público, por información de Cootranshacaritama Ltda.

Tabla 118

Medios de información

6. ¿A través de qué medios?	
Redes Sociales	24
Radio	8
Televisión	6
Prensa	2
Página Web	0
Revistas	0
Otros	0

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por género, frente a los medios frecuentados para recibir información de Cootranshacaritama Ltda.

Tabla 119

Conocimiento de Cootranshacaritama Ltda

7. ¿Cómo conoció la empresa?	
Por referencias	13
Por ver vehículos de la cooperativa	37
Por redes sociales	1
Medios de comunicación	7
Otro	0

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por género, frente a como conocieron los públicos externos a Cootranshacaritama Ltda.

Tabla 120

Factores importantes en un servicio

8. Cuando escoge un servicio de la cooperativa, ¿Qué factor es más importante?	
Atención al usuario	25
Precios	10
Calidad	20
Promoción	0
Seriedad	2
Eficiencia	1

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por género, frente a los factores importantes que deben tener los servicios ofrecidos por Cootranshacaritama Ltda.

Tabla 121

Utilización de los servicios de Cootranshacaritama Ltda

9. ¿Ha utilizado servicios de Cootranshacaritama Ltda?	
Sí	31
No	11
Algunas veces	10
Casi siempre	6

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por género, frente a si los públicos externos han utilizado servicios de Cootranshacaritama Ltda.

Tabla 122

Servicios utilizados por los públicos externos

10. ¿Qué servicios ha utilizado de la cooperativa?	
Transporte Público Municipal e Intermunicipal	29
Transporte Público Municipal e Intermunicipal- Servicio de encomiendas	14
Estación de Servicio	0
Lavadero de Vehículos	0
Servicio de encomiendas	4

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por género, frente a los servicios de Cootrashacaritama Ltda utilizados por públicos externos.

Tabla 123

Calidad de los servicios de Cootrashacaritama Ltda

11. ¿Cómo le ha parecido la calidad del servicio?	
Excelente	13
Buena	30
Regular	1
Mala	3

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por género, frente a la calidad de los servicios ofrecidos por Cootrashacaritama Ltda al público externo.

Tabla 124

Calidad en la atención de los empleados

12. ¿Cómo califica la atención recibida por los empleados de la cooperativa?	
Excelente	7
Buena	32
Regular	5
Mala	3

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por género, frente a la calidad en la atención de los empleados de Cootranshacaritama Ltda al público externo.

Tabla 125

Factores a mejorar en Cootranshacaritama Ltda

13. ¿Qué factores cree usted debe mejorar Cootranshacaritama Ltda?	
Calidad en el servicio de Transporte Urbano	10
Calidad en el servicio de Transporte Intermunicipal	16
Mejorar la Atención al Cliente	18
Mejorar el Precio de Pasajes	0
Promoción de Servicios	3

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por género, frente a los factores que debe mejorar Cootranshacaritama Ltda.

3.1.1.6 Caracterización de Públicos Externos por Estrato Social

Tabla 126

Conocimiento del público externo, por Cootranshacaritama Ltda

1. ¿Ha escuchado de la cooperativa Cootranshacaritama Ltda?			
	Estrato Social		
	1	2	3
Sí	27 Personas	13 Personas	7 Personas
No	7 Personas	2 Personas	1 Personas
Algunas Veces	5 Personas	2 Personas	-
Casi Siempre	3 Personas	1 Personas	-
Total	42 Personas	18 Personas	8 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por estrato social, frente al conocimiento que tienen los públicos externos de Cootranshacaritama Ltda.

Tabla 127

Colores que identifican a Cootranshacaritama Ltda

2. ¿Cuáles son los colores que identifican a Cootranshacaritama Ltda?			
	Estrato Social		
	1	2	3
Azul y Blanco	4 Personas	7 Personas	3 Personas
Verde y Blanco	29 Personas	7 Personas	4 Personas
Amarillo y Verde	2 Personas	2 Personas	-
Total	35 Personas	16 Personas	7 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por estrato social, frente al conocimiento de los colores que identifican a Cootranshacaritama Ltda.

Tabla 128

Servicios de Cootranshacaritama Ltda

3. ¿Conoce los servicios que ofrece esta cooperativa?			
	Estrato Social		
	1	2	3
Sí	28 Personas	10 Personas	4 Personas
No	7 Personas	6 Personas	3 Personas
Total	35 Personas	16 Personas	7 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por estrato social, frente al conocimiento de los servicios que ofrece Cootranshacaritama Ltda.

Tabla 129

Conocimiento de los servicios de Cootranshacaritama Ltda

	4. ¿Qué servicios conoce de Cootranshacaritama Ltda?		
	Estrato Social		
	1	2	3
Servicio de Transporte municipal e intermunicipal	22 Personas	8 Personas	1 Personas
Servicio de Transporte municipal e intermunicipal –Envío de encomiendas	5 Personas	-	3 Personas
Estación de servicio	1 Personas	1 Personas	-
Lavadero de vehículos	-	1 Personas	-
Total	28 Personas	10 Personas	4 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por estrato social, frente al conocimiento de los servicios que ofrece Cootranshacaritama Ltda al público en general.

Tabla 130

Interes del público por información de Cootranshacaritama Ltda

	5. ¿Estarías interesado en recibir información de la cooperativa?		
	Estrato Social		
	1	2	3
Sí	26 Personas	12 Personas	2 Personas
No	16 Personas	6 Personas	6 Personas
Total	42 Personas	18 Personas	8 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por estrato social, frente al interés del público, por información de Cootranshacaritama Ltda.

Tabla 131

Medios de información

6. ¿A través de qué medios?			
	Estrato Social		
	1	2	3
Redes Sociales	16 Personas	7 Personas	1 Personas
Radio	5 Personas	3 Personas	-
Televisión	3 Personas	2 Personas	1 Personas
Prensa	2 Personas	-	-
Página Web	-	-	-
Revistas	-	-	-
Otros	-	-	-
Total	26 Personas	12 Personas	2 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por estrato social, frente a los medios frecuentados para recibir información de Coostranshacaritama Ltda.

Tabla 132

Conocimiento de Coostranshacaritama Ltda

7. ¿Cómo conoció la empresa?			
	Estrato Social		
	1	2	3
Por referencias	6 Personas	4 Personas	3 Personas
Por ver vehículos de la cooperativa	22 Personas	11 Personas	4 Personas
Por redes sociales	-	1 Personas	-
Medios de comunicación	7 Personas	-	-
Otro	-	-	-
Total	35 Personas	16 Personas	7 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por estrato social, frente a como conocieron los públicos externos a Coostranshacaritama Ltda.

Tabla 133

Factores importantes en un servicio

8. Cuando escoge un servicio de la cooperativa, ¿Qué factor es más importante?			
	Estrato Social		
	1	2	3
Atención al usuario	14 Personas	8 Personas	3 Personas
Precios	5 Personas	2 Personas	3 Personas
Calidad	15 Personas	4 Personas	1 Personas
Promoción	-	-	-
Seriedad	-	2 Personas	-
Eficiencia	1 Personas	-	-
Total	35 Personas	16 Personas	7 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por estrato social, frente a los factores importantes que deben tener los servicios ofrecidos por Cootranshacaritama Ltda.

Tabla 134

Utilización de los servicios de Cootranshacaritama Ltda

9. ¿Ha utilizado servicios de Cootranshacaritama Ltda?			
	Estrato Social		
	1	2	3
Sí	20 Personas	8 Personas	3 Personas
No	6 Personas	2 Personas	3 Personas
Algunas veces	6 Personas	3 Personas	1 Personas
Casi siempre	3 Personas	3 Personas	-
Total	35 Personas	16 Personas	7 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por estrato social, frente a si los públicos externos han utilizado servicios de Cootranshacaritama Ltda.

Tabla 135

Servicios utilizados por los públicos externos

10. ¿Qué servicios ha utilizado de la cooperativa?			
	Estrato Social		
	1	2	3
Transporte Público Municipal e Intermunicipal	20 Personas	8 Personas	1 Personas
Transporte Público Municipal e Intermunicipal- Servicio de encomiendas	9 Personas	5 Personas	-
Estación de Servicio	-	-	-
Lavadero de Vehículos	-	-	-
Servicio de encomiendas	-	1 Personas	3 Personas
Total	29 Personas	14 Personas	4 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por estrato social, frente a los servicios de Cootranshacaritama Ltda utilizados por públicos externos.

Tabla 136

Calidad de los servicios de Cootranshacaritama Ltda

11. ¿Cómo le ha parecido la calidad del servicio?			
	Estrato Social		
	1	2	3
Excelente	10 Personas	2 Personas	1 Personas
Buena	19 Personas	9 Personas	2 Personas
Regular	-	1 Personas	-
Mala	-	2 Personas	1 Personas
Total	29 Personas	14 Personas	4 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por estrato social, frente a la calidad de los servicios ofrecidos por Cootranshacaritama Ltda al público externo.

Tabla 137

Calidad de la atención de los empleados

12. ¿Cómo califica la atención recibida por los empleados de la cooperativa?			
	Estrato Social		
	1	2	3
Excelente	5 Personas	2 Personas	-
Buena	19 Personas	11 Personas	2 Personas
Regular	2 Personas	1 Personas	2 Personas
Mala	3 Personas	-	-
Total	29 Personas	14 Personas	4 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por estrato social, frente a la calidad en la atención de los empleados de Cootranshacaritama Ltda al público externo.

Tabla 138

Factores a mejorar en Cootranshacaritama Ltda

13. ¿Qué factores cree usted debe mejorar Cootranshacaritama Ltda?			
	Estrato Social		
	1	2	3
Calidad en el servicio de Transporte Urbano	2 Personas	7 Personas	1 Personas
Calidad en el servicio de Transporte Intermunicipal	11 Personas	4 Personas	1 Personas
Mejorar la Atención al Cliente	15 Personas	1 Personas	2 Personas
Mejorar el Precio de Pasajes	-	-	-
Promoción de Servicios	1 Personas	2 Personas	-
Total	29 Personas	14 Personas	4 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por estrato social, frente a los factores que debe mejorar Cootranshacaritama Ltda.

3.1.1.7 Caracterización de Públicos Externos por Edades

Tabla 139

Conocimiento del público externo, por Cootranshacaritama Ltda

¿Ha escuchado de la cooperativa Cootranshacaritama Ltda?				
	Edades			
	15-25 Años	26-35 Años	36-50 Años	Más de 50 Años
Sí	17 Personas	12 Personas	10 Personas	8 Personas
No	6 Personas	2 Personas	1 Personas	1 Personas
Algunas Veces	3 Personas	2 Personas	2 Personas	-
Casi Siempre	2 Personas	-	2 Personas	-
Total	28 Personas	16 Personas	15 Personas	9 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por edades, frente al conocimiento que tienen los públicos externos de Cootranshacaritama Ltda.

Tabla 140

Colores que identifican a Cootranshacaritama Ltda

1. ¿Cuáles son los colores que identifican a Cootranshacaritama Ltda?				
	Edades			
	15-25 Años	26-35 Años	36-50 Años	Más de 50 Años
Azul y Blanco	5 Personas	6 Personas	3 Personas	-
Verde y Blanco	16 Personas	6 Personas	10 Personas	8 Personas
Amarillo y Verde	1 Personas	2 Personas	1 Personas	-
Total	22 Personas	14 Personas	14 Personas	8 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por edades, frente al conocimiento de los colores que identifican a Cootranshacaritama Ltda.

Tabla 141

Servicios de Cootranshacaritama Ltda

2. ¿Conoce los servicios que ofrece esta cooperativa?				
	Edades			
	15-25 Años	26-35 Años	36-50 Años	Más de 50 Años
Sí	18 Personas	11 Personas	8 Personas	5 Personas
No	4 Personas	3 Personas	6 Personas	3 Personas
Tot	22 Personas	14 Personas	14 Personas	9 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por edades, frente al conocimiento de los servicios que ofrece Cootranshacaritama Ltda.

Tabla 142

Conocimiento de los servicios de Cootranshacaritama Ltda

3. ¿Qué servicios conoce de Cootranshacaritama Ltda?				
	Edades			
	15-25 Años	26-35 Años	36-50 Años	Más de 50 Años
Servicio de Transporte municipal e intermunicipal	13 Personas	8 Personas	6 Personas	4 Personas
Servicio de Transporte municipal e intermunicipal – Envío de encomiendas	3 Personas	3 Personas	2 Personas	-
Estación de servicio	2 Personas	-	-	-
Lavadero de vehículos	-	-	-	1 Personas
Total	18 Personas	11 Personas	8 Personas	5 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por edades, frente al conocimiento de los servicios que ofrece Cootranshacaritama Ltda al público en general.

Tabla 143

Interés del público por información de Cootranshacaritama Ltda

5. ¿Estarías interesado en recibir información de la cooperativa?				
	Edades			
	15-25 Años	26-35 Años	36-50 Años	Más de 50 Años
Sí	16 Personas	13 Personas	6 Personas	5 Personas
No	12 Personas	3 Personas	9 Personas	4 Personas
Total	28 Personas	16 Personas	15 Personas	9 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por edades, frente al interés del público, por información de Cootranshacaritama Ltda.

Tabla 144

Medios de información

6. ¿A través de qué medios?				
	Edades			
	15-25 Años	26-35 Años	36-50 Años	Más de 50 Años
Redes Sociales	12 Personas	9 Personas	3 Personas	-
Radio	-	3 Personas	-	5 Personas
Televisión	2 Personas	1 Personas	3 Personas	-
Prensa	2 Personas	-	-	-
Página Web	-	-	-	-
Revistas	-	-	-	-
Otros	-	-	-	-
Total	16 Personas	13 Personas	6 Personas	5 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por edades, frente a los medios frecuentados para recibir información de Cootranshacaritama Ltda.

Tabla 145

Conocimiento de Cootranshacaritama Ltda

7. ¿Cómo conoció la empresa?				
	Edades			
	15-25 Años	26-35 Años	36-50 Años	Más de 50 Años
Por referencias	9 Personas	3 Personas	1 Personas	-
Por ver vehículos de la cooperativa	11 Personas	9 Personas	13 Personas	4 Personas
Por redes sociales	-	1 Personas	-	-
Medios de comunicación	2 Personas	1 Personas	-	4 Personas
Otro	-	-	-	-
Total	22 Personas	14 Personas	14 Personas	8 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por edades, frente a como conocieron los públicos externos a Cootranshacaritama Ltda.

Tabla 146

Factores importantes en un servicio

8. Cuando escoge un servicio de la cooperativa, ¿Qué factor es más importante?				
	Edades			
	15-25 Años	26-35 Años	36-50 Años	Más de 50 Años
Atención al usuario	9 Personas	4 Personas	6 Personas	6 Personas
Precios	3 Personas	5 Personas	2 Personas	-
Calidad	10 Personas	5 Personas	5 Personas	-
Promoción	-	-	-	-
Seriedad	-	-	-	2 Personas
Eficiencia	-	-	1 Personas	-
Total	22 Personas	14 Personas	14 Personas	8 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por edades, frente a los factores importantes que deben tener los servicios ofrecidos por Cootranshacaritama Ltda.

Tabla 147

Utilización de los servicios de Coostranshacaritama Ltda

9. ¿Ha utilizado servicios de Coostranshacaritama Ltda?				
	Edades			
	15-25 Años	26-35 Años	36-50 Años	Más de 50 Años
Sí	14 Personas	8 Personas	5 Personas	4 Personas
No	3 Personas	2 Personas	4 Personas	2 Personas
Algunas veces	5 Personas	2 Personas	1 Personas	2 Personas
Casi siempre	-	2 Personas	4 Personas	-
Total	22 Personas	14 Personas	14 Personas	8 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por edades, frente a si los públicos externos han utilizado servicios de Coostranshacaritama Ltda.

Tabla 148

Servicios utilizados por los públicos externos

10. ¿Qué servicios ha utilizado de la cooperativa?				
	Edades			
	15-25 Años	26-35 Años	36-50 Años	Más de 50 Años
Transporte Público Municipal e Intermunicipal	17 Personas	7 Personas	3 Personas	2 Personas
Transporte Público Municipal e Intermunicipal- Servicio de encomiendas	2 Personas	5 Personas	4 Personas	3 Personas
Estación de Servicio	-	-	-	-
Lavadero de Vehículos	-	-	-	-
Servicio de encomiendas	-	-	3 Personas	1 Personas
Total	19 Personas	12 Personas	10 Personas	6 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por edades, frente a los servicios de Coostranshacaritama Ltda utilizados por públicos externos.

Tabla 149

Calidad de los servicios de Cootranshacaritama Ltda

11. ¿Cómo le ha parecido la calidad del servicio?				
	Edades			
	15-25 Años	26-35 Años	36-50 Años	Más de 50 Años
Excelente	8 Personas	2 Personas	1 Personas	2 Personas
Buena	11 Personas	9 Personas	9 Personas	1 Personas
Regular	-	1 Personas	-	-
Mala	-	-	-	3 Personas
Total	19	12	10	6 Personas
	Personas	Personas	Personas	

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por edades, frente a la calidad de los servicios ofrecidos por Cootranshacaritama Ltda al público externo.

Tabla 150

Calidad en la atención de los empleados

12. ¿Cómo califica la atención recibida por los empleados de la cooperativa?				
	Edades			
	15-25 Años	26-35 Años	36-50 Años	Más de 50 Años
Excelente	3 Personas	3 Personas	1 Personas	-
Buena	15 Personas	7 Personas	9 Personas	1 Personas
Regular	1 Personas	2 Personas	-	2 Personas
Mala	-	-	-	3 Personas
Total	19 Personas	12 Personas	10 Personas	6 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por edades, frente a la calidad en la atención de los empleados de Cootranshacaritama Ltda al público externo.

Tabla 151

Factores a mejorar en Cootranshacaritama Ltda

¿Qué factores cree usted debe mejorar Cootranshacaritama Ltda?				
	Edades			
	15-25 Años	26-35 Años	36-50 Años	Más de 50 Años
Calidad en el servicio de Transporte Urbano	3 Personas	6 Personas	1 Personas	-
Calidad en el servicio de Transporte Intermunicipal	9 Personas	6 Personas	1 Personas	-
Mejorar la Atención al Cliente	7 Personas	-	6 Personas	5 Personas
Mejorar el Precio de Pasajes	-	-	-	-
Promoción de Servicios	-	-	2 Personas	1 Personas
Total	19 Personas	12 Personas	10 Personas	6 Personas

Nota: La tabla muestra las respuestas de los encuestados clasificados por edades, frente a los factores que debe mejorar Cootranshacaritama Ltda.

3.1.1.8 Diagnostico situacional de comunicación interna

La cooperativa de Transportadores Cootranshacaritama, es una empresa de transporte terrestre automotor de pasajeros, de derecho privado, de economía solidaria, sin ánimo de lucro, oferta los servicios de transporte municipal- intermunicipal, estación de servicio, envío de encomiendas, lavadero de vehículos y almacén de repuestos.

Para el diseño de estrategias de comunicación interna en Cootranshacaritama, se hizo necesario efectuar una caracterización al personal vinculado a la empresa con el fin de obtener información relacionada con el estudio, dando cumplimiento con los objetivos establecidos. El

talento humano está conformando por más de 200 empleados, cuya muestra escogida fue de sesenta y ocho (68) trabajadores de los cuales Cincuenta y uno (51) son hombres y diecisiete (17) mujeres. El tiempo de vinculación laboral de los empleados adscritos a la cooperativa oscila en un lapso comprendido de 1 año y más de 12 años, Trabajadores de la empresa, manifiestan sentirse satisfechos con su vinculación a la entidad en la cual ejercen actividades argumentando el diseño e implementación de políticas internas en favor de los empleados que laboran en la organización, tienen una percepción positiva de las actividades que se efectúan al interior del contexto de la cooperativa; es de indicar que algunos señalan que se hace necesario efectuar alrededor de la organización un plan de mejoramiento que logre contrarrestar falencias presentes específicamente las relacionadas con la tenencia de espacios reducidos para operar eficiente y eficazmente e implementos y materiales de trabajo los cuales están obsoletos y deteriorados.

En la cooperativa se respira un excelente clima organizacional, existe adecuados canales de comunicación entre empleados - gerente, empleado – empleado, se respeta la línea jerárquica o de autoridad, se ha optado por trabajar en equipo buscando el alcance de objetivos comunes que propendan por el auge, crecimiento y desarrollo de la entidad. Se pudo conocer que gran parte de los empleados dependen directamente de las decisiones u orientaciones dadas por el órgano gerencial, se delega responsabilidad más no autoridad

El personal que labora en Cootranshacaritama, argumenta que la remuneración percibida objeto del ejercicio de sus funciones es equitativa y logra satisfacer sus necesidades, un indicador preocupante es algunos empleados desconocen herramientas administrativas las cuales

direccionan el que hacer de la empresa como Misión, Visión, reglamento interno haciéndose necesario su divulgación a todo el talento humano adscrito a la cooperativa en pro de que todos sus integrantes estén encaminados al cumplimiento y proyección de la empresa.

Según trabajadores de la cooperativa, la calidad del servicio es óptima, se busca ofertar un servicio y un producto acorde a las necesidades y exigencias del cliente, buscando la proyección comercial de la organización y por ende el alcance de los objetivos fijados a corto, mediano o largo plazo.

En ocasiones empleados son capacitados, sobre la gama de servicios que oferta la cooperativa buscando el empoderamiento del trabajador con el que hacer de la organización, alrededor de la entidad, no se cuenta con un buzón de sugerencias, donde los usuarios pueden presentar sus quejas mediante oficios. Sin embargo, las llamadas telefónicas, correo o de manera personal, son frecuentadas para la presentación de inquietudes. Es de indicar que las respuestas emitidas en lo que refiere a quejas o reclamos en algunas ocasiones se dan de manera oportuna, los canales de comunicación para que el empleado este enterado de lo que sucede al interior de la cooperativa, se visualice a través de cartelas informativas, reuniones, asambleas y encuentros personales.

Se efectúa un análisis gráfico de algunos interrogantes señalados en el trabajo de campo los cuales orientan el desarrollo del proyecto como es el de diseñar estrategias de comunicación interna en Cootranshacaritama.

Tabla 152

Relación entre compañeros de trabajo

Se lleva usted bien con sus compañeros de trabajo	Frecuencia	%
Sí	57	84%
No	0	0%
Algunas Veces	8	12%
Casi Siempre	3	4%
Total	68	100%

Nota: La tabla muestra la relación entre compañeros de trabajo, donde 57 personas manifiestan llevarse bien.

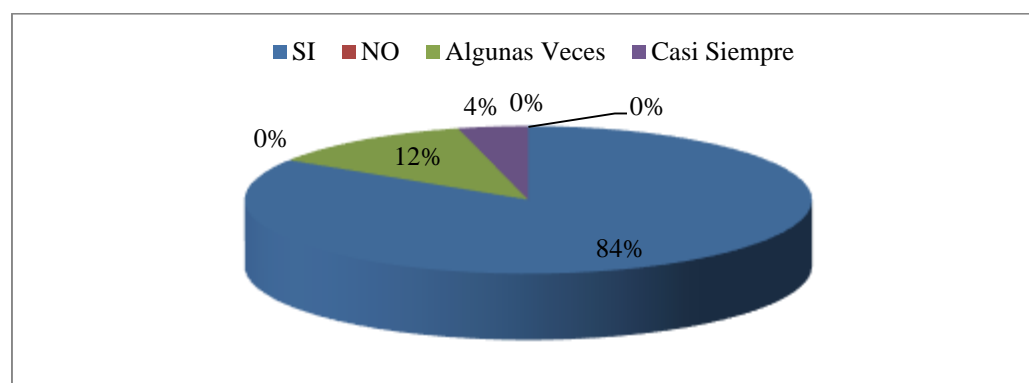


Figura 2 Visualización gráfica, relación entre compañeros de trabajo.

El 84% del talento humano adscrito a la cooperativa Cootranshacaritama, manifiesta tener buenas relaciones interpersonales con sus compañeros de trabajo aspecto fundamental para el adecuado el diseño de estrategias de comunicación interna en la cooperativa, los porcentajes restantes 12% y 4% manifiestan Algunas veces y Casi siempre haciéndose necesario el diseño de un mecanismo que propenda por el desarrollo de un buen clima organizacional.

Tabla 153

Misión Cootranshacaritama Ltda

Conoce la Misión de Cootranshacaritama	Frecuencia	%
Sí	23	34%
No	45	66%
Total	68	100%

Nota: La tabla muestra que solo 23 personas, conocen la misión de Cootranshacaritama y el resto las desconocen.

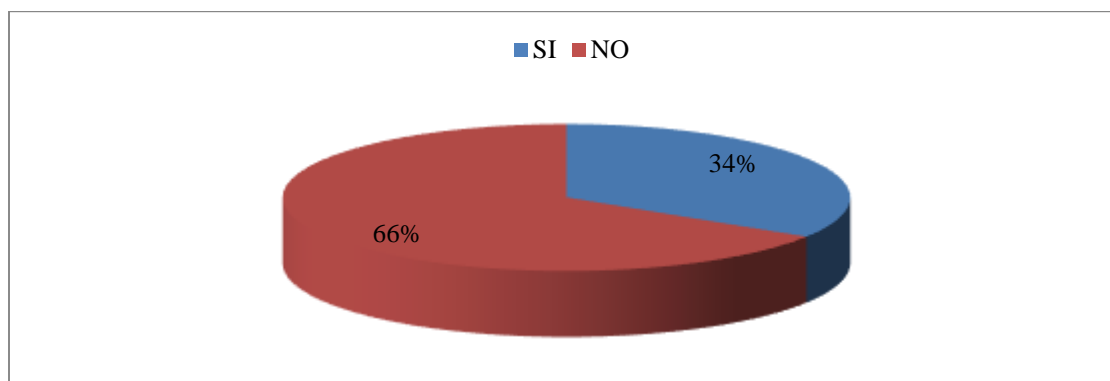


Figura 3 Visualización gráfica, conocimiento de la misión de Cootranshacaritama

Es un indicador preocupante para la cooperativa que el 87% del talento humano adscrito a Cootranshacaritama tenga desconocimiento de la Misión de la empresa la cual enfatiza el quehacer diario de la organización en pro del alcance de sus objetivos sean estos a corto, mediano o largo plazo, haciéndose necesario su divulgación a cada integrante de la empresa con miras al crecimiento y desarrollo de la Cooperativa.

Tabla 154

Visión de Cootranshacaritama

Conoce la Visión de Cootranshacaritama	Frecuencia	%
Sí	19	28%
No	49	72%
Total	68	100%

Nota: La tabla muestra que solo 19 personas conocen la visión de Cootranshacaritama, mientras que el resto la desconoce totalmente.

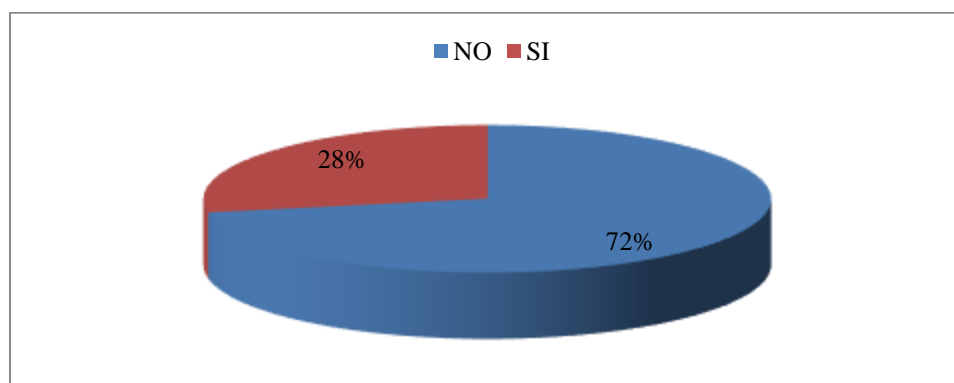


Figura 4 Visualización gráfica, visión de Cootranshacaritama

Es un indicador preocupante para la cooperativa, que el 72% del talento humano adscrito a Cootranshacaritama tenga desconocimiento de la visión de la empresa la cual direcciona a la organización en un futuro al alcance de sus objetivos sean estos a corto, mediano o largo plazo, haciéndose necesario su divulgación a cada integrante de la empresa con miras al crecimiento y desarrollo de la cooperativa.

Tabla 155

Servicios ofertados por Cootranshacaritama

Cuáles son los servicios que ofrece Cootranshacaritama Ltda.	Frec	%
Transporte	14	21%
Transporte y Encomiendas	16	23%
Transporte, Encomiendas, Estación de Servicio y Lavadero de Vehículos	21	31%
Encomiendas y Estación de Servicio	9	13%
Transporte y Estación de Servicio	8	12%
Total	68	100%

Nota: La tabla muestra el conocimiento de los empleados por los servicios de Cootranshacaritama

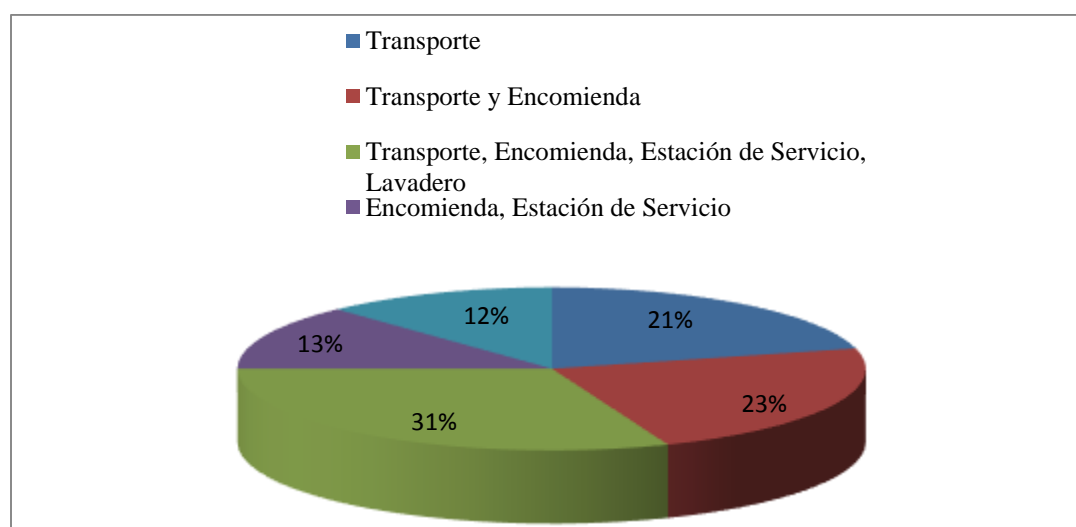


Figura 5 Visualización gráfica de los servicios de Cootranshacaritama

Los empleados adscritos a la Cooperativa, tienen conocimiento de algunos productos y servicios que oferta la entidad los cuales están orientados a satisfacer necesidades y expectativas de sus usuarios.

Tabla 156

Capacitación para empleados de Cootranshacaritama

Al ingresar como empleado de la cooperativa, recibe algún tipo de capacitación u orientación sobre su trabajo	Frec.	%
Sí	43	63%
No	25	37%
Total	68	100%

Nota: La tabla muestra que la mayoría de los empleados manifiestan haber sido capacitados sobre sus labores en la empresa

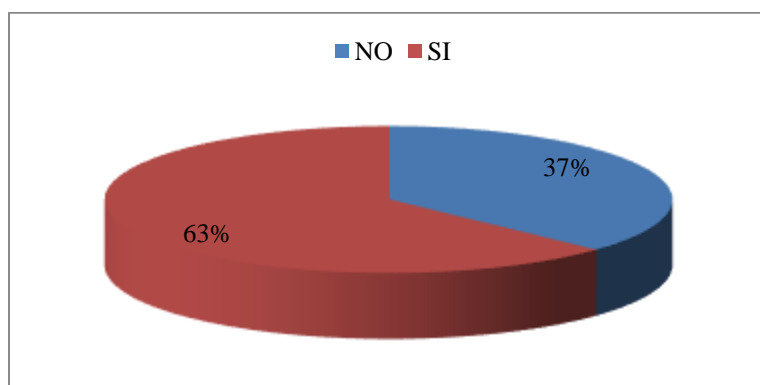


Figura 6 Visualización gráfica de empleados que han recibido capacitación

Para la eficiencia y eficacia del cumplimiento de los objetivos de la empresa, se hace necesario capacitar permanentemente al capital humano de la cooperativa buscando su empoderamiento con las diferentes actividades a efectuar, es de indicar que un 67% de los trabajadores de Cootranshacaritama manifiestan haber sido capacitados en aspectos relacionados con su quehacer diario, el porcentaje restante 37% señalan no haber sido capacitados y que su conocimiento se debe a saberes propios en su proceso de vida.

3.1.1.9 Diagnostico situacional de comunicación interna

Para el diseño de estrategias de comunicación externa, se hizo necesario efectuar una caracterización al público con el fin de obtener información relacionada con el estudio, dando cumplimiento a los objetivos establecidos. La muestra escogida fue de sesenta y ocho (68) personas de los cuales treinta y tres (33) son hombres y treinta y cinco (35) mujeres. Varios encuestados, manifiestan conocer a Cootranshacaritama Ltda, identificando los colores que la caracterizan y el servicio de transporte. Lo más preocupante, es que la población encuestada, solo conoce el transporte público como único servicio ofertado por Cootranshacaritama, dejando de lado los demás, como estación de servicio, lavadero de vehículos, envío de encomiendas y almacén de repuestos, que representa una falla importante y que crea la necesidad de implementar estrategias que permitan promoverlos. La mayoría de personas manifiestan estar interesados en recibir información de la cooperativa a través de redes sociales y algunos medios tradicionales como radio y televisión. Muchos afirman haber utilizado el transporte público, valorando la calidad y la atención prestada por la cooperativa como buena, declarando que Cootranshacaritama debe mejorar algunos aspectos relacionados con la atención al cliente y el servicio de transporte, ya que tiene un gran impacto en Ocaña y la región.

A continuación se efectúa un análisis gráfico de algunos interrogantes señalados en el trabajo de campo los cuales orientan el desarrollo del proyecto como es diseñar estrategias de comunicación externa en Cootranshacaritama.

Tabla 157

Conocimiento de Cootranshacaritama Ltda

¿Ha escuchado de la cooperativa Cootranshacaritama Ltda?	Frecuencia	%
Sí	47	69 %
No	10	15 %
Algunas Veces	7	10 %
Casi Siempre	4	6 %

Nota: La tabla muestra el conocimiento que tienen los públicos externos de Cootranshacaritama Ltda

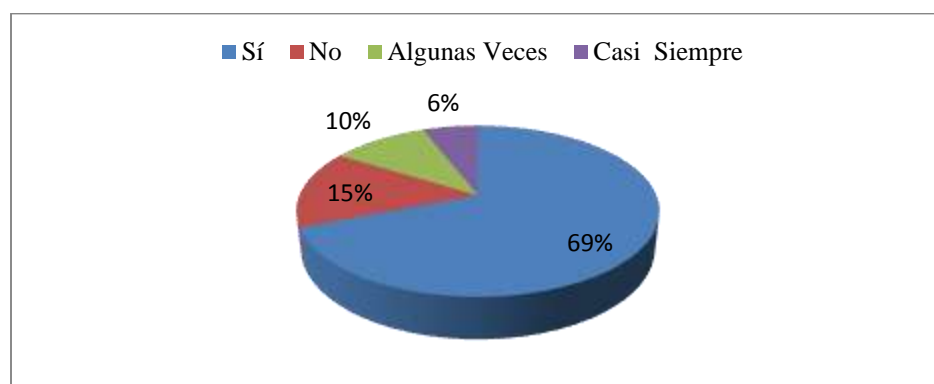


Figura 7 Ha escuchado de la cooperativa Cootranshacaritama Ltda

El 69% de los encuestados, manifiestan haber escuchado de Cootranshacaritama Ltda, aspecto importante, pues refleja que la cooperativa es conocida por muchas personas, los porcentajes restantes 15%, 10% y 6%, manifiestan no, algunas veces y casi siempre.

Tabla 158

Conocimiento de los servicios de Cootranshacaritama

¿Conoce los servicios que ofrece esta cooperativa?	Frecuencia	%
Sí	42	72%
No	16	28%

Nota: La tabla muestra el conocimiento de los públicos externos por los servicios ofertados por Cootranshacaritama

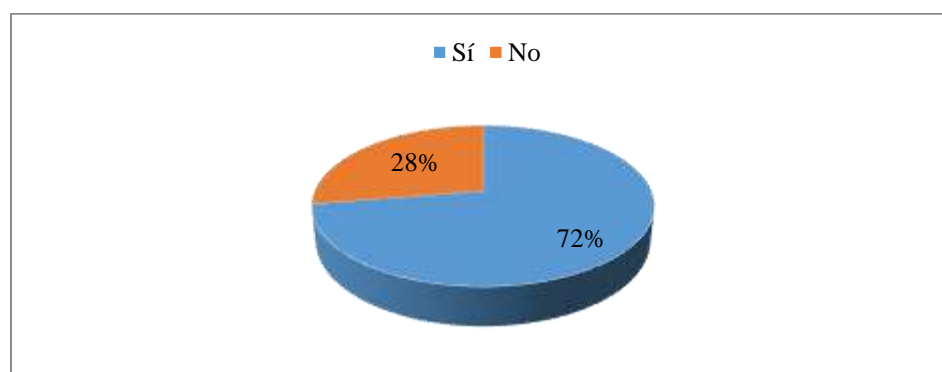


Figura 8 Conoce los servicios que ofrece esta cooperativa

El 72 % de los encuestados, manifiestan conocer los servicios de Cootranshacaritama Ltda, mientras que el 28 % restante, afirma no conocerlos y se hace necesario crear estrategias para su divulgación.

Tabla 159

Servicios conocidos por los públicos externos

¿Qué servicios conoce de Cootranshacaritama Ltda?	
Servicio de Transporte municipal e intermunicipal	31
Servicio de Transporte municipal e intermunicipal –Envío de encomiendas	8
Servicio de Transporte municipal e intermunicipal-Estación de servicio	2
Servicio de Transporte municipal e intermunicipal-Lavadero de vehículos	1

Nota: la tabla muestra los servicios conocidos por los públicos externos, donde el transporte público sobresale.

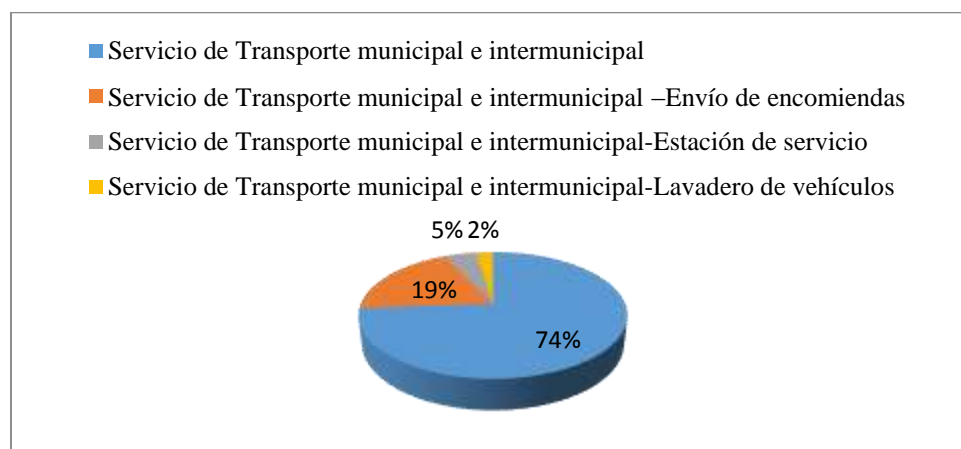


Figura 9 Visualización grafica de los servicios conocidos por públicos externos

El 74% de los encuestados, manifiesta conocer solo el servicio de transporte municipal e intermunicipal, mientras que el 19, 5% y 2% restantes, afirman conocer envío de encomiendas, estación de servicio y lavadero de vehículos. Por esto necesario crear estrategias que permitan fortalecer la oferta de los demás servicios al público externo.

Tabla 160

Calidad de los servicios

¿Cómo le ha parecido la calidad del servicio?	Frecuencia	%
Excelente	13	
Buena	30	
Regular	1	
Mala	3	

Nota: La tabla muestra la opinión de los públicos externos por la calidad de los servicios, donde los califican como buenos.

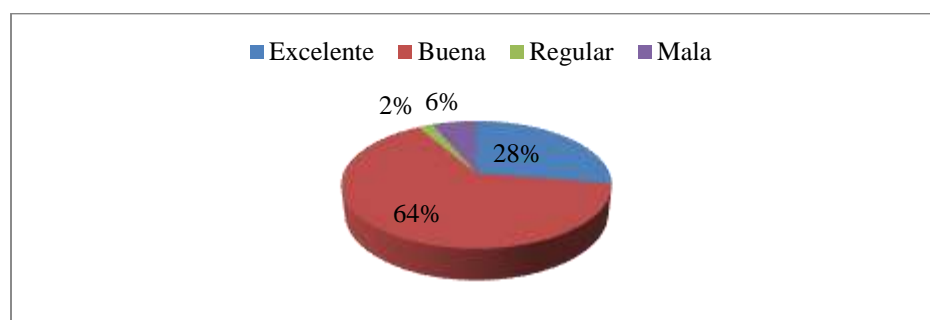


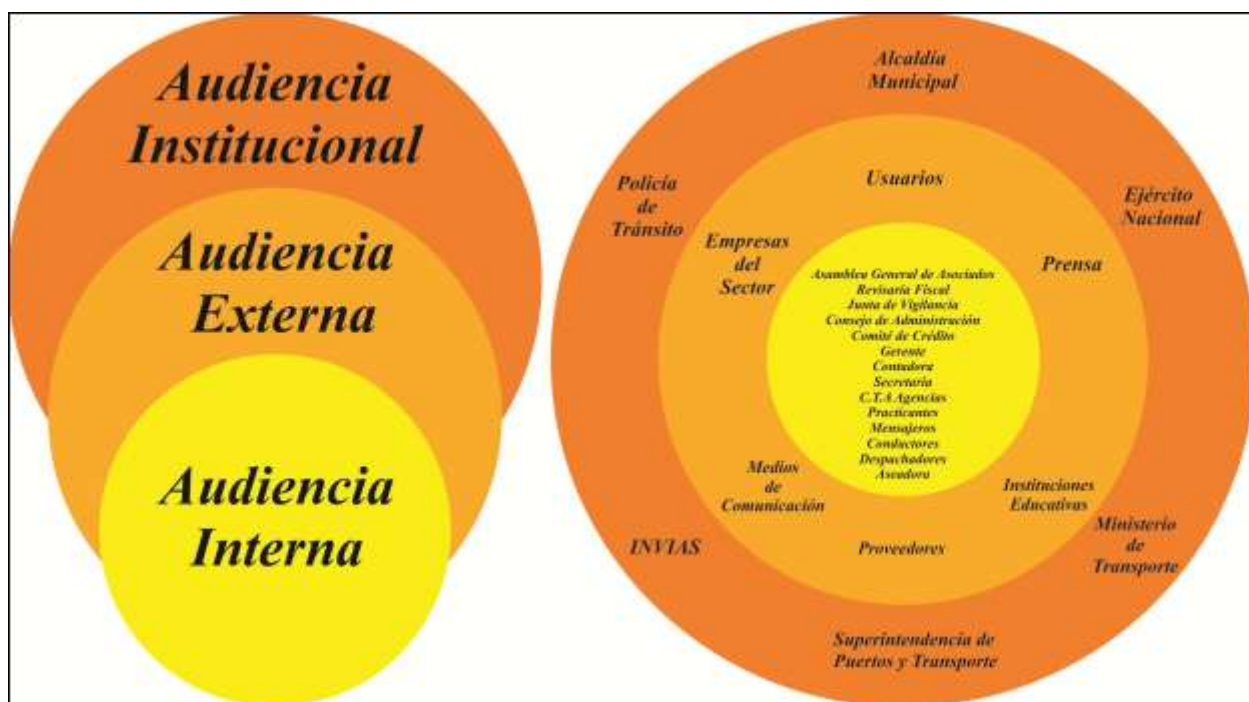
Figura 10 Cómo le ha parecido la calidad del servicio

El 28% de los encuestados califican como excelente la calidad de los servicios, mientras que el 64% de los encuestados, consideran buenos los servicios utilizados, lo cual resulta positivo para la cooperativa. El 6% y 2% restantes, afirman que estos son regulares y malos.

3.1.2 Objetivo 2. Caracterizar los factores que inciden en la comunicación interna y externa de la cooperativa Coostranshacaritama Ltda, en Ocaña, Norte de Santander.

3.1.2.1 Clasificación de Públicos

Organigrama de Públicos Internos y Externos de Coostranshacaritama Ltda



(Pasante, 2018)

Nota: Representación gráfica de públicos internos y externos de Coostranshacaritama Ltda

3.1.2.2 Análisis de Comunicación Interna

Tabla 161

Análisis de la comunicación interna

Matriz FODA		
	Oportunidades	Amenazas
Factores externos	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer a la dependencia de comunicaciones de la cooperativa, con el fin de mejorar la calidad de los servicios. • Inclusión de nuevos usuarios a la cooperativa. • Promoción de servicios a través de medios digitales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Poca fidelidad de los usuarios a la empresa, al no atender sus quejas, reclamos y sugerencias, por información insuficiente, mal manejo de la imagen corporativa y desconocimiento de servicios ofrecidos por Cootranshacaritama Ltda, diferentes a transporte público. • Competencia de otras empresas o cooperativas de transporte.
Factores internos		
Debilidades	Estrategias FO	Estrategias DO
<ul style="list-style-type: none"> • Gran parte de los empleados, no conocen la información básica de la empresa, como lo es el año de creación de la cooperativa, misión y visión, así como los servicios que se ofrecen al público. • Conductores no conocen que haya un buzón de sugerencias para almacenar sus quejas. • Conductores no conocen el reglamento de transporte de Cootranshacaritama Ltda, porque esta no se los ha otorgado. • Mal manejo de la imagen de Cootranshacaritama Ltda, en los diferentes procesos de comunicación interna y externa. • Desconocimiento de los empleados sobre algunos servicios como envió de encomiendas, almacén de repuestos y lavadero de vehículos 	<ul style="list-style-type: none"> • Aprovechar la satisfacción y el trabajo en equipo de los empleados por la cooperativa, para mejorar la calidad de los servicios y atraer nuevos usuarios. • A través de la dependencia de comunicaciones, brindar orientación a los empleados, para el mejoramiento de los servicios. • Aprovechar los canales de comunicación manejados en Cootranshacaritama, para promover los servicios ofrecidos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer la dependencia de comunicaciones, para mejorar atención y el suministro de información de la cooperativa a usuarios y empleados. • Promover la identidad y los servicios de Cootranshacaritama, a través de medios digitales para empleados y usuarios. • Incluir nuevos usuarios, mediante la utilización e implementación de medios digitales, destinados a promover los servicios poco conocidos por los públicos externos.

ofrecidos por parte de usuarios y empleados.

Fortalezas	Estrategias FA	Estrategias DA
<ul style="list-style-type: none"> • Satisfacción de los empleados por su trayectoria en la empresa, además de sentir aprecio por la misma, pues la mayoría de ellos (entre los que se encuentran administrativos y conductores), tienen más de dos años de estar laborando en la empresa. Lealtad de los empleados por la cooperativa. • la mayoría de empleados manifiestan estar cómodas en sus puestos de trabajo, a pesar de tener ciertas incomodidades a la hora de laboral, tales como exceso de ruido, presión por manejo de tiempo y la infraestructura vial, que evita el libre tránsito de algunos vehículos del a cooperativa. Además, una gran cantidad de personas, afirman tener un trabajo bien remunerado. • Los empleados afirman tener autonomía en sus trabajos, donde sus ideas e inquietudes son escuchadas. • La mayoría de empleados se llevan bien con sus compañeros de trabajo, pues tanto los administrativos y los conductores se relacionan constantemente, debido a los procesos que se dan en la cooperativa, que fomentan el trabajo en equipo. • Los empleados trabajan en equipos con su jefe o superior, y perciben que este, reúne características que lo hacen comprometido, empático, responsable y exigente a la hora de desempeñar su función dentro de la cooperativa. • Capacitación de Cootranshacaritama Ltda a todos sus empleados sobre sus trabajos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar los servicios de Cootranshacaritama, capacitando a los empleados en el mejoramiento la atención al cliente y así atraer nuevos usuarios a la cooperativa. • Utilizar canales de comunicación frecuentados por empleados, para incentivar a los empleados a ofrecer un mejor servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar la atención a usuarios y empleados, sobre inquietudes frente a la cooperativa. • Mejorar flujo de información esencial de Cootranshacaritama.

-
- Administrativos y conductores conocen una oficina que atienda sus peticiones, quejas, reclamos y sugerencias, ubicada en gerencia.
 - La mayoría del personal afirma presentar las quejas por llamada telefónica, de manera personal o por escrito.
 - Los canales de comunicación más utilizados por los conductores en la cooperativa son reuniones, asambleas, encuentros personales, llamadas telefónicas, carteleras y WhatsApp.

Los canales de comunicación más frecuentados por administrativos-operativos en la empresa son las reuniones, asambleas, encuentros personales, circulares, teléfono, correo unificado, buzón de quejas, sugerencias, carteleras informativas y WhatsApp

Nota: La tabla muestra las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que posee Cootranshacaritama en cuanto a la comunicación interna. Además, de las estrategias para su fortalecimiento.

Fuente: Autor del Proyecto

3.1.2.3 Análisis de Comunicación Externa

Tabla 162

Análisis de la comunicación externa

Matriz FODA		
	Oportunidades	Amenazas
Factores externos	<ul style="list-style-type: none"> • Dar a conocer los servicios de Cootranshacaritama mediante redes sociales, radio y televisión. • Crear aplicaciones móviles que mejoren el servicio de transporte. • Incluir nuevos usuarios a Cootranshacaritama Ltda. 	<ul style="list-style-type: none"> • Poca fidelidad de los usuarios a la empresa, por información insuficiente, mal manejo de la imagen corporativa y desconocimiento de algunos servicios ofrecidos por Cootranshacaritama Ltda, diferentes a transporte público. • Competencia de otras empresas o cooperativas de transporte.
Factores internos		
Debilidades	Estrategias FO	Estrategias DO
<ul style="list-style-type: none"> • Desconocimiento de los públicos externos por servicios diferentes al transporte publico municipal e intermunicipal, al ser poco frecuentados por los usuarios. • Mejorar atención a los usuarios y buen trato. 	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizar redes sociales, radio y televisión, para promover todos los servicios que ofrece Cootranshacaritama Ltda. • Mejorar la calidad del servicio de transporte, a través de aplicación móvil. 	<ul style="list-style-type: none"> • Promover los servicios de envió de encomiendas, estación de servicios y lavadero de vehículos, a través de redes sociales. • Mejorar atención a los usuarios mediante la implementación de aplicación móvil.
Fortalezas	Estrategias FA	Estrategias DA
<ul style="list-style-type: none"> • Cootranshacaritama Ltda, es conocida por los públicos externos, pues identifican sus colores y el servicio más importante por la cooperativa, que es transporte público. • Los públicos externos han conocido la cooperativa a través de referencias. • El transporte municipal e intermunicipal, es el servicio más frecuentado por la 	<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar los servicios de Cootranshacaritama, a través de las opiniones generadas por los usuarios fieles de la cooperativa mediante redes sociales y atraer nuevos públicos a la empresa. • Mejorar los servicios, mediante la capacitación a empleados de Cootranshacaritama Ltda. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar flujo de información esencial de Cootranshacaritama a los públicos externos • Promover servicios mediante medios digitales..

comunidad.

- Públicos externos califican la calidad de los servicios brindados como buenos.
 - Cootranshacaritama Ltda integra a la comunidad del área del Catatumbo.
-

Nota: La tabla muestra las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que presenta Cootranshacaritama en cuanto a la comunicación externa, Además, se encuentran las estrategias para su fortalecimiento.

Fuente: Autor del Proyecto

3.1.3 Objetivo 3. Crear estrategias comunicativas, que permitan impulsar la comunicación interna y externa de la cooperativa Cootranshacaritama Ltda, en Ocaña, Norte de Santander.

Para el mejoramiento de Cootranshacaritama, se plantearon propuestas que fortalecieran la comunicación interna y externa, con el fin de ofertar servicios, establecer un sentido de pertenencia, mejorar la imagen, el clima laboral y generar opiniones de los públicos para el mejoramiento de la cooperativa, que permita optimizar la calidad de los servicios y la relación entre empleados para crear un ambiente laboral estable.

3.1.3.1 Propuestas para mejorar la comunicación interna en Cootranshacaritama Ltda

Propuesta 1. Establecer el área de comunicaciones para ofertar servicios y brindar atención a empleados y usuarios.

En propósito es gestionar ante gerencia el área de comunicaciones y los recursos para la creación de la misma, para ofertar servicios y atender las inquietudes de usuarios y empleados. Para ello, se solicitarán herramientas importantes para el manejo de la comunicación interna y externa de Cootranshacaritama. Algunos de estos recursos son:

-Un sitio específico para ubicar la oficina, con el propósito de brindan atención oportuna a las inquietudes y ofrecer los servicios necesarios.

-Computador de escritorio: esencial para la administración de redes sociales, inquietudes, manejo de oficios, creación de publicidad y recepción de información general.

- Escritorio: Esencial para ubicar el computador y otros recursos o materiales utilizados.

Esto se hace con el fin de mejorar la comunicación interna y externa en Cootranshacaritama, valorando aspectos importantes para empleados y usuarios, permitiendo crear estrategias de mejoramiento continuo. Para la gestión de estos recursos, se establece un tiempo estimado de un mes.

Propuesta 2. Crear manual de identidad corporativa

El propósito del manual de identidad corporativa es incentivar a Cootranshacaritama Ltda, al correcto uso de su imagen corporativa como el logotipo, colores corporativos, tipografías y fachada de vehículos. El objetivo principal es empezar a utilizar todos estos elementos en la comunicación interna y externa, con la finalidad de promover una imagen sólida de la cooperativa. Para su creación, se estableció un tiempo de un mes, donde se diseñará e implementará. El manual contendrá lo siguiente:

-Utilización del logotipo: Establecer su correcto uso a gran escala, en fondos claros y oscuros, escala de grises y negativo.

-Colores corporativos: Incentivar el óptimo uso de los colores en la comunicación interna y externa, relacionada con la papelería, fachada de vehículos, publicidad y eventos importantes de la cooperativa.

-Tipografías: Promover el uso de las tipografías para documentación general y fachada de vehículos, y todo lo concerniente a la comunicación de la cooperativa.

Propuesta 3. Capacitaciones para promover mejor atención al usuario, la integración, el trabajo en equipo, sentido de pertenencia de administrativos y conductores de Cootranshacaritama Ltda

Las capacitaciones tienen como objetivo, fomentar la buena atención a usuarios, la integración, el trabajo en equipo y el sentido de pertenencia de los empleados por Cootranshacaritama Ltda, con el fin de que estos, conozcan más de la cooperativa, para el mejoramiento de los servicios y establecer un ambiente laboral óptimo para el trabajo en equipo, mejorando las relaciones interpersonales entre empleados y jefes. El tiempo destinado será de tres días (lunes, miércoles y viernes) cada tres meses, donde se darán charlas a conductores y administrativos durante un tiempo de 20 minutos, dividiéndolos en grupos de cuarenta personas.

Se mencionarán temas relacionados con:

-Atención al usuario: orientar a los empleados a tratar de manera óptima a los usuarios, para promover mejor los servicios.

-Trabajo en equipo: importante para los empleados, pues permite que los procesos de la cooperativa, se lleven a cabo en un tiempo corto, incentivando a que administrativos y conductores se relacionen constantemente para el mejoramiento de los servicios y el ambiente laboral.

-Sentido de pertenencia: Base fundamental de toda empresa, pues hace que los empleados se relacionen más con Cootranshacaritama, al saber cuáles son los objetivos principales de la cooperativa y sus proyecciones, manifestadas en la misión, visión, valores corporativos, estructura organizacional y los servicios ofrecidos a la comunicad.

-Integración: Esencial en el compartir, para el mejoramiento de la relaciones interpersonales de todos los empleados y jefes de la cooperativa, para la recreación y conmemoración de fechas especiales, como el cumpleaños de Cootranshacaritama Ltda, homenajes póstumos y participación en campeonatos deportivos

Propuesta 4. Creación, publicación y entrega de material para promover el reglamento de transporte de Cootranshacaritama Ltda.

Dar a conocer a conductores y administrativos, el reglamento de transporte de Cootranshacaritama Ltda, con el fin de promover la responsabilidad por los estatutos de la cooperativa, las leyes de tránsito y el conducto regular de procedimiento para sanciones. La actividad se realizará una vez cada dos meses, donde se entregará o publicará el material para conductores y administrativos en cartelera, a través de intranet, correo unificado o de manera física.

Se creará material con información referente a la reglamentación de la cooperativa, para que sea publicado por intranet, en cartelera y entregado a los conductores y demás empleados, para el aprovechamiento y difusión dentro de Cootranshacaritama Ltda.

Propuesta 5. Creación, publicación y entrega de material para promover el sentido de pertenencia por Cootranshacaritama Ltda.

Promover en administrativos y conductores, en sentido de pertenencia por la historia, las proyecciones de la cooperativa, los servicios, la estructura organizacional y valores corporativos. La actividad se realizará una vez cada tres meses, donde se entregará o publicará el material para conductores y administrativos en cartelera, a través de intranet, correo unificado o de manera física. Se creará un díptico o brochure, que contenga información referente a:

-Historia de Cootranshacaritama: Sintetiza el origen de la cooperativa y que servicios ofreció inicialmente.

-Misión: relativo a los servicios que ofrece Cootranshacaritama, el impacto en la región y el talento humano destinado al mejoramiento continuo.

-Visión: Proyecciones u objetivos a futuro.

-Valores corporativos: Son aquellos aspectos que distinguen a Cootranshacaritama Ltda y que la hacen única en la prestación de los servicios y talento humano.

-Estructura organizacional: Como está formada orgánicamente la cooperativa y quienes son los representantes de la misma.

Propuesta 6. Diseñar y crear Buzón de peticiones, quejas, reclamos y sugerencias.

Diseñar y crear un buzón de sugerencias para empleados y conductores de Cootranshacaritama, con el fin de que estos puedan almacenar sus inquietudes frente a la cooperativa. Para la actividad se establecerá un tiempo de un mes, con el fin de gestionar e iniciar con el diseño y creación del mismo.

Este buzón, será ubicado en el comedor de la cooperativa, lugar frecuentado por empleados y usuarios de la empresa.

El objetivo de esta estrategia, es fortalecer la comunicación interna y externa, con el fin de brindar comodidad y atención a las inquietudes presentadas por empleados y usuarios, que promueven un mejor servicio, lo cual es positivo para Cootranshacaritama, pues permite fortalecer su imagen y relación con los diferentes públicos.

3.1.3.2 Propuestas para mejorar la comunicación externa de Cootranshacaritama Ltda

Propuesta 1. Crear redes sociales para Cootranshacaritama Ltda

Crear redes sociales para promover todos los servicios de Cootranshacaritama Ltda y mejorar su imagen en el área de influencia, realizando publicaciones de manera periódica, campañas de sensibilización para el uso del transporte público formal y recibir opiniones de los públicos interesados para el mejoramiento de los servicios. Su objetivo principal es promover campañas de sensibilización, servicios, opiniones de los usuarios y comunidad en general. Las publicaciones en estas redes, se realizarán dos veces por semana, donde los tipos de mensajes serán destinados a la prevención, promoción y opinión de los usuarios e interesados sobre el mejoramiento de los servicios. Las redes sociales a crear son:

-Facebook: Es la red social más grande del mundo que tiene gran impacto en las comunidades por su dinamismo, pues permite que todo tipo de públicos estén conectados e informados de servicios. El público objetivo será la comunidad en general, pues es una plataforma visitada por todo tipo de públicos. Está será utilizada para informar y persuadir a la comunidad, para que utilicen los servicios de Cootranshacaritama. Además, se harán campañas para promover el uso del transporte público formal, con imágenes que promuevan la utilización del mismo.

La idea es publicar anuncios y videos atractivos que den a conocer los servicios poco frecuentados por los usuarios, campañas para incentivar a la comunidad a utilizar el transporte público formal, para recibir opiniones de los públicos a través de esta plataforma, manteniendo la identidad corporativa de Cootranshacaritama.

- Instagram: Es una plataforma social frecuentada por muchas personas, ya que permite promover servicios a través de imágenes. El público objetivo son los jóvenes, quienes son los más activos en esta red, debido a su fácil y atractiva utilización. Los mensajes manejados serán para informar y promover el interés de la juventud por los servicios de la cooperativa y campañas de sensibilización, para generar apoyo a una empresa que tiene gran impacto en Ocaña y la región.

-Twitter: Esta red social, será utilizada para generar opiniones de los públicos institucionales y la prensa, pues este es el fin con el que fue creada. Se buscará conectar con entidades públicas de Ocaña como la Alcaldía municipal, Ejército Nacional, Policía de Tránsito, entre otras, para mejorar los servicios y crear planes que mejoren impacto en la región. Se harán publicaciones que incentiven al debate sobre las diferentes problemáticas que presenta la ciudad, frente a temas relacionados con las vías, transporte informal y otros temas de gran relevancia para la empresa.

Propuesta 2. Crear anuncios publicitarios para redes sociales

Crear anuncios publicitarios para redes sociales, con el fin de promover servicios, campañas de sensibilización, imagen y debate sobre Cootranshacaritama Ltda. Esto ayudará a que la cooperativa sea conocida no solo por los servicios, sino por el impacto que genera en la región del Catatumbo. El propósito de esta estrategia es:

- Promover y generar debates sobre los servicios de Cootranshacaritama, que incentiven al mejoramiento en la calidad y el posicionamiento de la cooperativa en Ocaña, Norte de Santander, ya que permite crear espacios de confianza entre la comunidad y la empresa.

- Sensibilizar a través de campañas a la comunidad en general a utilizar servicio de transporte formal, debido al alto flujo de moto-taxistas en la ciudad, que ponen en riesgo la vida de las personas, al no cumplir las condiciones mínimas legales.

- Promover una imagen positiva de cooperativa a todos los públicos externos, a través de mensajes y mostrando el impacto de Cootranshacaritama en Ocaña y la región, resaltando sus servicios y la labor diaria de los trabajadores en favor del desarrollo de la región.

Los anuncios publicitarios serán creados de acuerdo a los objetivos que tiene cada red social, donde se mantendrá la utilización de la identidad corporativa y los públicos a quienes irán dirigidos los anuncios.

Propuesta 3. Crear Campaña para promover la utilización de transporte público formal

Tiene como objetivo estimular a la comunidad en general a que utilice los servicios de transporte públicos seguro. La actividad consiste en crear una campaña por redes sociales, que incentive a la personas a utilizar transporte publico formal y que se den cuenta del peligro que genera movilizarle en motocicletas o vehículos piratas que ofrecen este servicio de manera ilegal y que ponen la vida de usuarios en riesgo por las condiciones que presentan algunos de estos automotores.

Para esto, se realizaran publicaciones dos veces por semana, con el fin de sensibilizar a la comunidad en general, sobre el uso del transporte público legal, donde se manejarán imágenes informativas y preventivas con mensajes alusivos a la seguridad y el bienestar físico. Además, se plantearán preguntas que busquen generar debate entre la comunidad, para que cada uno de los participantes hagan sus aportes e incentiven a los demás a utilizar el servicio seguro.

Propuesta 4. Implementación de anuncios publicitarios por redes sociales

La actividad consiste en implementar anuncios publicitarios creados, a través de redes sociales, con el fin de ofertar los servicios de la cooperativa, generar posicionamiento y sensibilizar a la comunidad en general a que utilice transporte público seguro.

Las publicaciones en cada red social se realizaran dos veces por semana, teniendo en cuenta que cada red social tiene una influencia positiva en las personas. Además, los anuncios serán implementados de acuerdo al público que se quiera llegar.

Propuesta 5. Crear logotipo de aplicación móvil Enruta-T Escolar

Enruta- T Escolar, es una idea que tiene Cootranshacaritama Ltda para mejorar el servicio de transporte escolar. Está dirigida a los padres de familia y estudiantes, con el fin de que puedan visualizar donde está el bus que lleva a sus hijos a las escuelas o colegios de la ciudad de Ocaña. Esta aplicación está en construcción y a futuro se espera que la comunidad pueda gozar de sus beneficios, pues son estudiantes y padres de familia los más beneficiados.

Se quiere establecer el logotipo de esta aplicación, con el fin de contribuir a su creación, ya que beneficiaría a muchas personas y permitirá mejorar un servicio tan importante como el transporte escolar. Se mantendrá los colores corporativos de Cootranshacaritama, para su diseño. Para ello se establece un tiempo de un mes para su elaboración.

Estrategias de Comunicación Interna Creadas e Implementadas en Cootranshacaritama Ltda

Con el objetivo de mejorar la comunicación interna en Cootranshacaritama, se crearon e implementaron algunas estrategias propuestas anteriormente para sanar algunas falencias que presenta la cooperativa. A continuación se pueden visualizar algunas de ellas.

Estrategia 1. Manual de Identidad Corporativa

Este manual fue creado con el fin de promover el correcto uso del logotipo de Cootranshacaritama Ltda, contribuir a su misión y visión, utilizando sus colores, tipografías y el área de protección dentro del ámbito publicitario, ya que la empresa, no ha utilizado de manera óptima su imagen y ha creado confusión en los usuarios y ciudadanía en general. Todo esto hace parte del fortalecimiento de la imagen corporativa, el sentido de pertenencia en el ámbito interno y externo, para que la cooperativa establezca posicionamiento y buen servicio.




Dimensiones Manual de Identidad Corporativa: 13x17 Cm (Alto X Ancho)





Tipografía: Times New Roman









Manual de identidad corporativa de Cootranshacaritama Ltda

Fuente: Autor del proyecto

Manual de Identidad Corporativa Cootranshacaritama Ltda	Dimensiones
<p>El manual reúne todas las características que debe poseer Cootranshacaritama Ltda, referentes a dirección de marca, el correcto uso del logotipo y la tipografía en vehículos, papelería y publicidad, como parte fundamental del correcto manejo de la comunicación interna y externa de la cooperativa.</p> <p>Es creado con el fin de que todas las personas responsables de promover esta marca, lo hagan de manera correcta, para así, establecer una imagen sólida que permita a los públicos internos y externos, identificar a Cootranshacaritama Ltda en su área de influencia.</p>	<p>EL logotipo está establecido en una superficie, cuyas dimensiones son 6x7.</p> <p>La función de las dimensiones, es fomentar el adecuado uso de las proporciones en cualquier soporte. "X" establece la unidad de medida, que debe ser proporcional con la utilización del logotipo.</p> 
Logotipo y Utilización a Gran Escala	Área de Protección
 <p>El Logotipo está constituido por la familia: Times: New Roman, una tipografía que refleja seriedad, confianza, responsabilidad, y compromiso. El logo-símbolo, como parte de Cootranshacaritama Ltda, describe la esencia de la marca, promoviendo identidad visual y su razón de ser.</p> <p>Para la utilización a gran escala, se recomienda la construcción del logotipo a partir del archivo que sea imposible trabajar digitalmente.</p>	<p>Se ha establecido un área de protección en torno al logotipo. Esta área deberá estar exenta de elementos gráficos que interfieran en su percepción y lectura de marca.</p> <p>La construcción del área de respeto, queda determinada por la medida "X". Siempre que sea posible, es preferible aumentar al máximo este espacio separando el logotipo del resto de elementos de la página (textos e imágenes).</p> 

Colores Corporativos	Tipografía Corporativa
<p>Los colores utilizados en el logotipo de Cootranshacaritama son los aquí especificados. Estos permitirán conservar la gama de colores y su correcta utilización en todo tipo de publicidad. Si las condiciones de impresión no permiten el uso de éste, el logotipo podrá ser impreso en cuatricromía (CMYK), o en negro.</p> <p> PANTONE 009933 C:39% /M:14% /Y:100% /K:3%</p> <p> PANTONE CCCC33 C:25% /M:9% /Y:100% /K:0%</p> <p> PANTONE CC3300 C:13% /M:98% /Y:100% /K:0%</p> <p> PANTONE F58634 C:0% /M:60% /Y:100% /K:0%</p>	<p>La tipografía corporativa es la familia Times New Roman, Normal, Negrita o Cursiva. Esta es utilizada en su logotipo. De uso en toda la comunicación interna y externa, a excepción de los vehículos.</p> <p>Se eligió esta tipografía por su claridad, modernidad y buena legibilidad. Además de ser una tipografía clásica de uso institucional.</p> <p>Times New Roman, Normal ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789</p> <p>Times New Roman, Negrita ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789</p> <p>Times New Roman, Cursiva ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789</p>

Aplicación Fondo Claro y Oscuro	Usos Incorrectos del Logotipo
<p>A continuación se puede visualizar el uso del logotipo sobre fondos claros y oscuros, como amarillo, blanco, gris, negro y naranja. Todo esto con el fin de que los colores de fondo, no distorsionen o alteren el contraste y la esencia del logo.</p> 	<p>A continuación se muestran algunos usos incorrectos del logotipo en la comunicación interna y externa de Cootranshacaritama Ltda.</p> <p>Estirarlo en cualquier dirección, girarlo, alterar sus tipografía, colores o morfología, son algunas de las formas equivocadas de utilizar el logotipo en cualquier proceso comunicativo.</p> <p>Seguidamente, se visualizarán algunos ejemplos de lo mencionado anteriormente.</p> 
<p>Escala de Grises y Blanco y Negro</p> <p>A continuación, se puede visualizar la utilización del logo, en escala de grises y en blanco y negro.</p> 	<p>Tipografía</p>  <p>Colores</p> 

Papelería	Fachada de los Vehículos
<p>Para la papelería, se crearon los siguientes formatos, con la finalidad de promover el uso correcto de las tipografías y colores que identifican a Cootranshacaritama Ltda.</p>	<p>Para la fachada de los vehículos como buses, taxis y busetas, se utilizará la tipografía Lucida Handwriting en color naranja.</p>
 <p>Formato Carta (21.59 x 27.94 Cm) Times New Roman Tamaño: 12</p>	 <p>PANTONE F58634 C:0% /M:60% /Y:100% /K:0%</p>
 <p>Formato Media Carta (10.5 x 14 Cm) Times New Roman Tamaño: 12</p>	<p>Tipografía <i>Lucida Handwriting</i></p> <p>ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789</p>
 <p>Formato Personalizado (9 x 6 Cm) Times New Roman Tamaño: 12</p>	 

Estrategia 2. Reglamento Cootranshacaritama Ltda.

Fue creado para uso de todo el personal de Cootranshacaritama Ltda, cuyo objetivo es mostrar la reglamentación de transporte de esta cooperativa a todos los empleados y fortalecer la falencia presentada en el diagnóstico del primer objetivo, cuyo resultado arrojó que la mayoría de empleados desconocen la reglamentación.

Dimensiones Reglamento Cootranshacaritama Ltda: 13x17 Cm (Alto x Ancho)

Tipografía: Times New Roman



Reglamento de transporte Cootranshacaritama Ltda

Fuente: Autor del proyecto



**REGLAMENTO DE TRANSPORTE DE LA
COOPERATIVA DE TRANSPORTADORES
HACARITAMA LTDA.**

El consejo de administración de la cooperativa de transportadores Hacaritama Ltda, en uso de sus funciones y disposiciones establecidas en el artículo 51, numerales 6, 8 y 14, de los estatutos de la cooperativa.

RESUELVE

ARTÍCULO 1°

Establecer el presente reglamento de transporte, de faltas y sanciones a los asociados, cuando ellos, sus conductores o encargados de alguna forma, violen las disposiciones administrativas y operativas de la Cooperativa.

Este Reglamento de Transporte hace parte del reglamento de funcionamiento y es complementario del régimen de sanciones contemplado en los estatutos de COOTRANSHACARITAMA.

1

ARTÍCULO 14°

En la resolución de sanción la gerencia adoptará la decisión sobre la sanción correspondiente y el término para cumplirla, mediante resolución motivada, pudiendo interponerse recurso de apelación contra la misma, dentro de los tres días siguientes a la notificación de la sanción, debiendo sustentarse en el mismo término, recurso que será resuelto por el Consejo de Administración.

El presente reglamento de Transporte, fue aprobado el día 28 de mayo de 2013 y entra en vigencia a partir del momento de su publicación en cartelera.



12

ARTÍCULO 2°

Las sanciones aplicadas a los sancionados que incurran en las faltas establecidas en el presente manual serán las siguientes en orden sucesivo.

- 1) Llamado de atención (será realizado mediante resolución y se llevará copia a la hoja de vida del asociado).
- 2) Multa de uno (1) a tres (3) S.M.L.D.V.
- 3) Suspensión temporal para prestar el servicio de acuerdo al criterio que se exponga en la resolución respectiva para su imposición.
- 4) Exclusión o desvinculación de la Cooperativa (mediante el procedimiento especial establecido en el capítulo III y IV de los estatutos)

ARTÍCULO 3°

Para la aplicación de las sanciones, se tendrá en cuenta la gravedad de los hechos, la incidencia en la prestación del servicio de transporte y en la buena marcha administrativa y operativa de la Cooperativa, de igual manera, se tendrán en cuenta las circunstancias en que se cometió la falta y los antecedentes del infractor.

2

A) Relación de las pruebas aportadas o allegadas que demuestren la existencia de los hechos (informes, quejas, revisiones, planillas, inspecciones, etc.).

B) Cita de las disposiciones violadas o faltas cometidas.

C) Término dentro del cual, el infractor debe presentar sus descargos, aclaraciones o pruebas.

PARÁGRAFO. Copia de esta resolución, se hará llegar al presidente de la junta de vigilancia, con el fin de que se nombre al miembro que supervisará el proceso sancionatorio.

ARTÍCULO 13°

La notificación de la resolución a que se refiere el artículo anterior, se entregará personalmente. Si el infractor se negare a notificarse, se fijará en cartelera de la sede y agencia por tres (3) días hábiles, luego de los cuales se entiende notificado de la misma.

11

<p>ARTÍCULO 4°</p> <p>Serán sancionados con multa de uno (1) a tres (3) S.M.D.L.V. los asociados, sus conductores o encargados de alguna forma, cuando incurran en los siguientes hechos:</p> <p>A quienes habiéndose llamado la atención, incurran de nuevo en:</p> <p>A) No portar los distintivos o razón social dispuestos por la empresa.</p> <p>B) El incumplimiento en el pago de la cuota de administración, después de 90 días.</p> <p>C) No portar el uniforme exigido por la Cooperativa, o portarlo inadecuadamente.</p> <p>D) No atender las disposiciones emitidas del Consejo de Administración o Gerencia.</p> <p>E) No allegar oportunamente la documentación necesaria para tramitar la tarjeta de operación, o cualquier documento del vehículo.</p> <p style="text-align: right;">3</p>	<p>2. inicio de investigación mediante resolución motivada y fundamentada en la queja o el informe por parte del señor Gerente, la cual debe ser notificada al investigado para que ejerza su derecho de defensa dentro de los tres días siguientes a su notificación, pudiendo solicitar pruebas para respaldar sus alegatos de respuesta a la resolución de apertura de investigación.</p> <p>3. Decreto de pruebas y practica dentro de los tres días siguientes a la resolución que las ordene.</p> <p>4. Resolución mediante la cual se resuelva con base en la queja o informe y las pruebas recaudadas la investigación y se decida la imposición de sanción o la absolución del investigado.</p> <p>ARTÍCULO 12°</p> <p>La Gerencia con el aval de su asesor jurídico, (siempre y cuando lo amerite) emitirá las resoluciones y conducirá el proceso sancionatorio, debiendo la resolución que ordena la apertura de investigación contener mínimo lo siguiente:</p> <p style="text-align: right;">10</p>
--	--

<p>F) Abastecerse de combustible con pasajeros a bordo.</p> <p>G) Abandonar la ruta, sin causa justificada.</p> <p>H) No cumplir el plan de rodamiento y/o el correspondiente horario, no portar la tablilla de la ruta, no marcar en los puntos de control, modificar el recorrido de la ruta, no portar los documentos exigidos por las autoridades de tránsito y la empresa, o tenerlos vencidos y por faltar a las citas de revisado impuestas por la Cooperativa.</p> <p>I) Aumentar las tarifas autorizadas, sin consentimiento de la Empresa.</p> <p>J) Prestar el servicio en horarios no autorizados o sin el despacho autorizado del Terminal o agencia correspondiente (planilla de despacho o tarjeta diaria).</p> <p>K) Hacer viajes con documentos sin diligenciar (en blanco), planillas, cambios de ruta, etc. o adulterar alguno de ellos.</p> <p>L) Salir de la ciudad sin autorización, cuando se trata de colectivo urbano.</p> <p>M) Prestar el servicio con vehículos que no tengan las condiciones técnico-mecánicas exigidas por la Cooperativa</p> <p style="text-align: right;">4</p>	<p>ARTÍCULO 10°</p> <p>Si el infractor reconoce y acepta dentro del término de respuesta a los cargos la falta cometida, se procederá inmediatamente a la aplicación de la sanción mediante resolución motivada, en la cual se determinará la reducción en un 50% de la sanción por aceptación de la infracción.</p> <p style="text-align: center;">PROCEDIMIENTO PARA LA APLICACIÓN DE SANCIONES</p> <p>ARTÍCULO 11°</p> <p>Se delega y autoriza al Gerente para aplicar sanciones de acuerdo al presente manual, al estatuto, y a los diferentes reglamentos de las modalidades, aprobados por el consejo de Administración y bajo la supervisión de la Junta de Vigilancia, mediante el siguiente procedimiento:</p> <p>1. Recibo de queja formal o informe elaborado por los funcionarios de la Cooperativa encargados de supervisar las actividades de los asociados y sus conductores.</p> <p style="text-align: right;">9</p>
--	---

<p>ARTÍCULO 5°</p> <p>Serán sancionados de dos (2) a seis (6) días, quienes vuelvan a incurrir en las siguientes faltas:</p> <p>A. Quienes habiendo sido sancionados por las faltas contempladas en el artículo 42, vuelvan a incurrir en éstas.</p> <p>B. No cumplir el Reglamento de Funcionamiento y/o Reglamento de cada modalidad</p> <p>C. Prestar el servicio, sin el debido permiso de la Cooperativa.</p> <p>D. Prestar el servicio de otra modalidad.</p>	<p>D) Dejar de prestar el servicio sin causa justificada y sin dar previo aviso.</p> <p>E) No solicitar los cambios de ruta, autorización de expresos o servicios especiales.</p> <p>F) Conducir el vehículo sin portar la licencia de conducción correspondiente a la clase de vehículo.</p> <p>G) Conducir el vehículo fumando, en estado de embriaguez o bajo el efecto de drogas alucinógenas.</p>
<p>ARTÍCULO 6°</p> <p>Serán sancionados o suspendidos de siete (7) a quince (15) días, los asociados y o sus conductores, que habiendo sido sancionados por las faltas contempladas en el artículo 5°, vuelvan a incurrir en la falta, además, por lo siguiente:</p> <p>A) Irrespetar en cualquier forma a los representantes de la Empresa, (Consejo de Administración, junta de Vigilancia, Gerente, empleados, agentes despachadores), o los sitios de la administración.</p>	<p>PARÁGRAFO. La reincidencia en las faltas contempladas en este artículo, dará lugar a duplicar la sanción, según la gravedad de la falta.</p>

<p>B) Irrespetarse mutuamente o entre compañeros de trabajo.</p> <p>C) Irrespetar a terceros, pasajeros, peatones, o autoridades municipales.</p> <p>D) Afectar el buen nombre de la Cooperativa en sus instalaciones o fuera de ella, cuando esté prestando el servicio o en algún evento programado por la Cooperativa.</p>	<p>B) Cuando cause daño físico a otro vehículo de particulares o público.</p> <p>PARÁGRAFO. Se debe comprobar la culpabilidad y el compromiso de responder.</p>
<p>ARTÍCULO 7°</p> <p>Será suspendido temporalmente del servicio entre quince y treinta días, quienes habiendo sido sancionados por segunda vez, por las faltas contempladas en los artículos anteriores del presente, volvieren a incurrir en ellas antes de 3 meses de la primera falta.</p>	<p>ARTÍCULO 9°</p> <p>Será sancionado o suspendido de veintiuno (21) a treinta (30) días, los asociados y sus conductores que incurran en las siguientes faltas contempladas en la escala de sanciones del Ministerio de Transporte.</p> <p>A) Sin conduce, planilla, tarjeta de operación.</p>
<p>ARTÍCULO 8°</p> <p>Será suspendido temporalmente del servicio y sus derechos de asociado, entre dieciséis (16) y veinte (20) días, por lo siguiente:</p> <p>A) Cuando cause daño físico a propósito a otro vehículo de la misma cooperativa.</p>	<p>B) Prestar el servicio excediendo la capacidad del vehículo, contemplada en la tarjeta de operación respectiva (sobre cupo).</p> <p>C) Entregar, colaborar o trabajar con el servicio informal.</p>

Estrategia 3. Díptico Cootranshacaritama Ltda

El díptico, fue creado con el fin de ser otorgado a todo el personal de Cootranshacaritama Ltda, con el fin de que estos conozcan la información básica y esencial como la misión, visión, valores corporativos, estructura orgánica y servicios ofrecidos por la cooperativa. Se creó con el fin de fortalecer el sentido de pertenencia de empleados por la empresa.

Dimensiones Díptico Cootranshacaritama Ltda: 15x18 Cm (Alto x Ancho)

Tipografía: Times New Roman



Díptico Cootranshacaritama Ltda

Fuente: Autor del Proyecto

¡Bienvenido!

Te damos la bienvenida a Cootrانشacaritama Ltda, y te agradecemos que hayas decidido unirse a esta empresa cuyo objetivo fundamental es la prestación de servicio de transporte urbano-colectivo, urbano-individual, mixto, especial, intermunicipal, estación de servicio, lavadero de vehículos y almacén de repuestos en la ciudad de Ocaña y la Región.

Te estás sumando a un equipo de personas dedicadas a brindar un buen servicio de transporte a Ocaña y la región. Nuestra cooperativa posee personal calificado para garantizar un servicio eficiente y seguro a nuestros usuarios.

Por último, aprovecho para invitarte a leer el reglamento de la Cooperativa de Transportadores Hacaritama Ltda para que estés mejor informado.

Aspecto Legal

La Cooperativa de Transportadores Hacaritama Limitada, fue fundada el 23 de febrero de 1976, mediante la escritura pública número 112 de la Notaría única (hoy Primera) de Ocaña y reconocida por la Resolución número 73 del 28 de enero de 1976 expedida por el Departamento Nacional de Cooperativas, DANCOOP. Es un organismo de primer grado, de derecho privado, sin ánimo de lucro, con un número de personas asociadas y patrimonio social variable e ilimitado, integrado por sus fundadores, por los actuales asociados y por quienes, posteriormente, soliciten su ingreso, que sean aceptados, se adhieran a los presentes estatutos y se sometan a ellos.

¿Quiénes Somos?

Somos una cooperativa constituida por un grupo de transportadores con mucha experiencia en esta actividad y con visión de futuro, buscando consolidar una gran empresa que obtenga los más altos estándares de calidad, para posicionarse como uno de los mejores a nivel nacional.

Actualmente contamos con todas las modalidades del transporte, tales como:

- Transporte inter-municipal
- Transporte de servicio Mixto
- Transporte de uso Individual
- Transporte colectivo urbano
- Transporte especial

Otros Servicios

Envío de Encomiendas
Estación de Servicios
Almacén de Repuestos

Misión

Somos una Cooperativa dedicada a la prestación de servicio de transporte urbano-colectivo, urbano-individual, mixto, especial, intermunicipal, estación de servicio, lavadero de vehículos y almacén de repuestos en la ciudad de Ocaña y la Región. Contamos con un personal idóneo para garantizar un servicio eficiente y confiable a nuestros clientes, manteniendo los impactos sociales y comprometidos con la satisfacción de las necesidades de nuestros usuarios, asociados y partes interesadas.

Visión

COOTRASHACARITAMA LTDA se proyecta para el año 2020 como una empresa líder en la prestación de los servicios de transporte urbano-colectivo, urbano-individual, mixto, especial, intermunicipal, estación de servicio, lavadero de vehículos y almacén de repuestos en el Nor-occidente Colombiano y de reconocimiento a nivel Nacional, comprometidos con el desarrollo de nuevos servicios y la introducción de nuevas tecnologías que permitan el mejoramiento continuo en todos sus procesos, talento humano y parque automotor, satisfaciendo las necesidades de los clientes, asociados y partes interesadas.

Valores Corporativos

<ul style="list-style-type: none"> -Cumplimiento -Equidad -Responsabilidad -Honestidad -Confiable -Lealtad -Respeto 	<ul style="list-style-type: none"> -Solidaridad -Capacidad y liderazgo -Respuesta inmediata -Excelencia -Organización -Amabilidad -Eficiencia
--	--

Estructura Organizacional

Disponemos de una estructura administrativa y operativa, que nos lleva a la solidez, dinamismo y eficiencia en la prestación de nuestros servicios.

<ul style="list-style-type: none"> Asamblea general de asociados Revisoría fiscal Junta de vigilancia Consejo de administración Comité de crédito 	<ul style="list-style-type: none"> Gerente Contadora Secretaria C.T.A Agencias
--	--

Estrategia 4. Buzón de Sugerencias Cootrانشacaritama Ltda

Creado para Cootrانشacaritama Ltda, con el fin de recibir fortalecer falencias referentes a las quejas de todos los empleados y usuarios de la cooperativa para su posterior proceso y generar calidad en los servicios y atención al cliente.



Buzón de sugerencias Cootranshacaritama Ltda

Fuente: Autor del proyecto.

Estrategias de Comunicación Externa creadas e implementadas para Cootranshacaritama Ltda

Estrategia 1. Redes Sociales

Fanpage Facebook. Creada con el propósito de promover los servicios que ofrece Cootranshacaritama Ltda, al ser una red social con un amplio impacto social y tecnológico, que llega a gran parte de los públicos externos interesados, permitiendo generar impacto en la región.



Figura Visualización web de la red social Facebook

Fuente: Autor del proyecto

Instagram. Creada con el propósito de promover los servicios que ofrece Cootranshacaritama Ltda, al ser una red social con un amplio impacto social y tecnológico, que llega a gran parte de los públicos como los jóvenes, que son quienes más utilizan esta red social para publicar fotografías.



Figura Visualización web Red social Instagram

Fuente: Autor del proyecto

Twitter. Creada con el propósito de promover los servicios que ofrece Cootranshacaritama Ltda, al ser una red social que promueve la opinión de servicios y que posee un amplio impacto social y tecnológico, que llega a gran parte del público externos, permitiendo generar comentarios que impulsen la marca de Cootranshacaritama Ltda.



Figura Visualización web Red social Twitter

Fuente: Autor del proyecto

Estrategia 2. Productos Publicitarios Para Redes Sociales

Los productos publicitarios fueron creados con el fin de promover servicios, campañas de sensibilización y una imagen solida de Cootranshacaritama Ltda, donde se tiene en cuenta el correcto uso de los colores. Los siguientes anuncios, fueron creados para las redes sociales Facebook, Instagram y Twitter.



Figura Visualización anuncios publicitarios de envíos y encomiendas para Facebook e Instagram

Fuente: Autor del proyecto



Figura Visualización anuncios Publicitarios venta de pasajes para Facebook e Instagram

Fuente: Autor del proyecto



Figura Visualización anuncios Publicitarios venta de pasajes para Facebook e Instagram

Fuente: Autor del proyecto



Figura Visualización campaña ¡Usa transporte formal! Para Facebook, Instagram y Twitter

Fuente: Autor del proyecto



Precio de Pasajes 2018

Origen	Destino	Horarios	Precio Pasaje
OCAÑA	GUAMALITO	TODO EL DÍA	17.000
	EL CARMEN	TODO EL DÍA	15.000
	TEORAMA	11:30 AM - 1:00 PM - 5:30 PM	9.000
	GONZÁLEZ	TODO EL DÍA	7.000
	RIO DE ORO	TODO EL DÍA	4.000
	HACARÍ	10:00 AM - 12:30 M - 3:00 PM	18.000
	SAN CALEXTO	10:00 AM - 11:00 AM - 3:30 PM	18.000
	LA VEGA	11:30 AM	25.000
	LA PLAYA	TODO EL DÍA	7.000
	ÁBREGO	TODO EL DÍA	7.000
	CONVENCIÓN	TODO EL DÍA	10.000
	VALLEDUPAR	10:00 AM - 4:00 AM - 5:00 AM - 7:00 AM - 11:00 AM - 1:00 PM - 3:00 PM	50.000
	EL TARRA	3:30 AM - 5:00 AM - 7:00 AM - 9:00 AM	30.000
	AGUACHICA	4:00 AM - 6:00 PM	15.000
	ASPASICA	12:30 AM	10.000
	GAMARRA	10:00 AM - 11:00 AM - 3:00 PM - 5:00 AM	6.000
PAILITAS	TODO EL DÍA	25.000	

Figura Visualización Precios de Pasajes para Facebook e Instagram

Fuente: Autor del proyecto

Estrategia 3. Implementación de anuncios publicitarios por redes sociales



Fotografías 1 Implementación de anuncios publicitarios a través de redes sociales

Fuente: Autor del proyecto

Nota: Implementación de anuncios publicitarios por redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter.

Estrategia 4. Imagen de Nueva Aplicación Móvil EnrutaT Escolar

El logotipo de la aplicación móvil EnrutaT Escolar, fue creado con el fin de contribuir Cootranshacaritama Ltda, con el propósito de contribuir con la elaboración, que permita a los colegios mejorar el servicio de transporte. Esta aplicación aún se encuentra en estructuración y pronto será lanzada al mercado.



Figura Visualización Logotipo aplicación móvil EnrutaT Escolar

Fuente: Autor del proyecto

Capítulo 4. Diagnostico final

En Cootranshacaritama Ltda, fueron varios los aportes que se realizaron para mejorar la comunicación interna y externa, teniendo en cuenta los elementos que intervienen en cada caso y que por consiguiente, contribuyen al mejoramiento de la cooperativa. Algunos Factores como el clima laboral, sentido de pertenencia, relación de los empleados con los jefes, trayectoria, entre otros, fueron piezas claves para la evaluación y el mejoramiento de la comunicación interna.

En cuanto a la comunicación externa, se emplearon estrategias comunicativas para promover los servicios de la cooperativa, teniendo como base, la identidad corporativa y posicionamiento, promoción y calidad de los servicios, y el impacto de la cooperativa en el desarrollo de la región. Para esto, se emplearon dos encuestas que permitieran evaluar cada uno de los aspectos y así poder generar las estrategias comunicativas que estuvieran acorde a cada situación.

Con ello, se buscó mejorar la imagen de la cooperativa desde un ámbito interno y externo, para generar un impacto en la comunidad, que permita posicionarla y generar participación de los públicos internos y externos, en el mejoramiento de los servicios y el sentido de pertenencia de los empleados por su empresa.

Dentro de la elaboración de las estrategias comunicativas, se presentaron varios inconvenientes como la escasa presencia del jefe en la cooperativa, que causaron se retrasara la elaboración de las estrategias comunicativas, ya que a la hora de hacerle una consulta sobre

algún aspecto de la empresa, este se encontraba de viaje o enfermo. Sin embargo, con el tiempo, esto fue cambiando y se pudieron establecer criterios para la realización de las mismas.

En el proceso laboral desempeñado en la cooperativa, fueron varios los aportes realizados, entre ellos, brindar atención a los usuarios y empleados, que por algunos incidentes ocurridos con los conductores, presentaban quejas que debían tramitarse, con base en el manual de procedimiento de la cooperativa, para así poder dar respuesta a dichas solicitudes. Además, grabación de audios, producción de contenidos audiovisuales, acompañamiento a las diferentes dependencias de la cooperativa y el diseño de las estrategias comunicativas que permitieran mejorar las falencias que presentaba la cooperativa.

Las labores asignadas por Cootranshacaritama Ltda, fueron realizadas con responsabilidad, para así, promover la buena atención y una excelente imagen de la empresa.

Capítulo 5. Conclusiones

Cuando se empezó a trabajar con la pasantía en Cootranshacaritama Ltda, se pudo identificar mediante la realización de encuestas, que era necesario crear estrategias comunicativas, que permitieran impulsar la comunicación interna y externa de la cooperativa.

En estas encuestas, se evaluaron varios aspectos, como la identidad corporativa, posicionamiento, impacto de la cooperativa en la comunidad, calidad de los servicios y atención al cliente. Todo esto relacionado con la comunicación externa de la cooperativa.

Para la comunicación interna, se tuvieron en cuenta, aspectos como el clima laboral, iniciativa, puesto de trabajo. Relación de empleados con el jefe, cultura organizacional y trabajo en equipo, que son factores importantes, que permiten un clima laboral idóneo. Esto permitió diagnosticar la comunicación interna y externa de la cooperativa, para tener un argumento inicial y dar paso a la realización de entrevistas semiestructuradas y clasificación de públicos, que permitieran conocer las opiniones de la comunidad y empleados, para así tener información que complementara la obtenida en las encuestas, y poder generar análisis que permitieran identificar los factores que intervienen en la comunicación interna y externa de la cooperativa.

Posteriormente, se procedió a crear las estrategias comunicativas que permitieran mejorar las falencias que presentaba Cootranshacaritama Ltda, obtenidas como resultado de las encuestas y entrevistas.

Para el mejoramiento de la comunicación interna, se crearon estrategias comunicativas como un manual de identidad corporativa, para el correcto uso de los colores institucionales, tipografías y logotipo. Un reglamento de transporte, dirigido a administrativos y conductores, para el conocimiento de las sanciones y procedimientos. Un díptico, con la información de la empresa, creado con el fin de promover la cultura organizacional por la cooperativa y por último, un buzón de sugerencias que permitiera almacenar las quejas de conductores y administrativos, para su correcta solución.

Para la comunicación externa, se crearon redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter, que permiten promocionar todos los servicios de la cooperativa y que serían los medios más efectivos, pues las tecnologías están generando impacto en las comunidades y permiten llegar a más personas. Como segunda estrategias, se procedió a crear anuncios publicitarios, con el fin de ser publicados en estas redes sociales, donde se manejaría información referente a servicios y atención al cliente. Por último, se procedió a crear el Logotipo de la aplicación EnrutaT Escolar, con el fin de mejorar el servicio de transporte especial en los colegios de Ocaña y promover la imagen de la cooperativa, que tiene un gran impacto en la región.

Recomendaciones

Seguir promoviendo la cultura organizacional, para que los empleados conozcan más de su empresa y permitan crear lazos que mejoren los diferentes servicios, utilizando las tecnologías e incentivando cada vez más, un mejor ambiente laboral y sentido de pertenencia por la cooperativa, que tiene años de estar aportando al desarrollo de la comunidad.

Se recomienda dar seguimiento a las redes sociales, con el fin de promover los servicios y brindar información de la cooperativa, con el fin de mantener o mejorar el posicionamiento y la calidad de los servicios, además del impacto social que esta ejerce sobre la región, teniendo en cuenta las opiniones de los usuarios y comunidad en general, para el mejoramiento de los servicios.

Dar atención oportuna y solución a las quejas de los usuarios, lo que promueve una buena imagen de la cooperativa y permite crear espacios de confianza entre los usuarios y cooperativa.

Referencias

- Aranguren, G. (2009). *mercaba.org*. Obtenido de <http://www.mercaba.org/DicPC/R/reconocimiento.htm>
- Bolunta. (2010). *Bolunta.org*. Obtenido de <http://www.bolunta.org/manual-comunicacion/comunicacion-4-1.asp>
- Borges, V. (2018). *metodomarketing.com*. Obtenido de <https://metodomarketing.com/definicion-de-identidad-corporativa/>
- Branding, m. (2014). *marketing-branding*. Obtenido de <https://www.marketing-branding.cl/marca-posicionamiento-branding-y-diferenciacion/>
- CELIS, D. H. (2014). *monografias.com*. Obtenido de <https://www.monografias.com/trabajos81/calidad-humana-y-buen-trato-sector-publico/calidad-humana-y-buen-trato-sector-publico4.shtml>
- Concepto. (2018). *Concepto.de*. Obtenido de <https://concepto.de/responsabilidad/>
- Cootranshacaritama. (2018). *Facebook*.
- Cootranshacaritama, L. (2010). Organigrama.
- Definición.De. (2016). *Definición.De*. Obtenido de <https://definicion.de/promocion/>
- DefiniciónABC. (2007). *Definición ABC*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/general/excelencia.php>
- Economipedia. (2015). *economipedia.com*. Obtenido de <http://economipedia.com/definiciones/servicio.html>
- familias, E. (2017). <http://escritoriofamilias.educ.ar>. Obtenido de <http://escritoriofamilias.educ.ar/datos/redes-sociales.html>

Justicia, M. d. (2014). *http://suin.gov.co*. Obtenido de

<http://suin.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Leyes/1687091>

Marketing, A. E. (2009). *ComporaciónAEM*. Obtenido de

http://www.corporacionaem.com/tools/calc_muestras.php

mintic. (2009). *mintic.gov*. Obtenido de [https://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-](https://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-3707.html)

[3707.html](https://www.mintic.gov.co/portal/604/w3-article-3707.html)

Muniz, R. (2018). *marketing-xxi*. Obtenido de [https://www.marketing-xxi.com/la-comunicacion-](https://www.marketing-xxi.com/la-comunicacion-corporativa%3A-imagen%2C-relaciones-publicas-y-responsabilidad-social-corporativa-89.htm)

[corporativa%3A-imagen%2C-relaciones-publicas-y-responsabilidad-social-corporativa-89.htm](https://www.marketing-xxi.com/la-comunicacion-corporativa%3A-imagen%2C-relaciones-publicas-y-responsabilidad-social-corporativa-89.htm)

Muriel, M. L. (2018). *Ecured.cu*. Obtenido de Ecured.cu:

https://www.ecured.cu/Canal_de_Comunicaci%C3%B3n

Orgsolidarias. (2018). *orgsolidarias.gov.co*. Obtenido de

<http://www.orgsolidarias.gov.co/qu%C3%A9-es-una-cooperativa-y-c%C3%B3mo-se-conforma>

Pasante. (2018).

Pyme, E. (2016). *EmprendemePyme*. Obtenido de [https://www.emprendepyme.net/que-es-el-](https://www.emprendepyme.net/que-es-el-clima-laboral.html)

[clima-laboral.html](https://www.emprendepyme.net/que-es-el-clima-laboral.html)

Reunidos, T. (2016). *Talentos Reunidos*. Obtenido de Talentos Reunidos:

<https://talentosreunidos.com/2011/06/07/comunicacion-interna-que-es-y-para-que/>


Significado.net. (2014). Obtenido de <https://significado.net/eficiencia/>

Total, G. d. (s.f.). *Gestión de Calidad Total*. Obtenido de

http://www.gestiondecalidadtotal.com/definiciones_de_calidad.html

Apéndices

Apéndice 1 Tamaño de Muestra Para Encuestas de Comunicación Interna y Externa



Calculadora de Muestras

Margen de error: 10%
 Nivel de confianza: 99%
 Tamaño de Población: 100000

Margen: 10%
Nivel de confianza: 99%
Población: 100000

Tamaño de muestra: 68

Ecuacion Estadística para Proporciones poblacionales

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q}{e^2 \cdot 2 + (z^2 \cdot p \cdot q) / N}$$

n= Tamaño de la muestra
 z= Nivel de confianza deseado
 p= Proporción de la población con la característica deseada (éxito)
 q= Proporción de la población sin la característica deseada (fracaso)
 e= Nivel de error dispuesto a cometer
 N= Tamaño de la población

(Marketing, 2009)

Apéndice 2 Encuesta de Comunicación Interna

Encuesta

Dirigida a: Conductores y Administrativos de Cootranshacaritama Ltda.

Propósito: Diagnosticar La Comunicación Interna de Cootranshacaritama Ltda.

Tamaño de muestra: 68 personas

Nivel Educación

Ninguno ___ Básica Primaria ___ Bachiller ___ Profesional ___ Post-Grado ___

Edad ___ Sexo ___

Cargo: Conductor ___ Operativo-Administrativo ___

Conteste los siguientes interrogantes:

1. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando en Cootranshacaritama Ltda?

Marque con una X su respuesta

2. ¿Está usted satisfecho(a) con su trayectoria en la empresa?
() Sí () No
3. ¿Le gusta su empresa?
() Sí () No
4. Con su trabajo ¿Qué aporta usted a la cooperativa?
() Buena atención () Responsabilidad () Calidad () Experiencia
() Eficiencia () Compromiso
5. ¿Si pudiera dejar la empresa por otro trabajo, con igualdad de sueldos y condiciones, se quedaría en la empresa?
() Sí () No
6. ¿Le resulta cómoda su manera de trabajar?
() Sí () No () Algunas veces

(Pasante, 2018)

7. ¿Qué tipo de incomodidad se presenta a la hora de realizar su función?
- Fallas de iluminación Equipos obsoletos Ventilación inapropiada
 Poco espacio Ruidos Presión por manejo de tiempo
 Infraestructura vial
8. ¿Tiene usted suficiente autonomía en su trabajo?
- Sí No Algunas veces Casi siempre
9. ¿Sus ideas son escuchadas por sus jefes o superiores?
- Sí No Algunas veces Casi siempre
10. ¿Se lleva usted bien con sus compañeros de trabajo?
- Sí No Algunas veces Casi siempre
11. ¿Considera usted que trabaja en equipo con su jefe y compañeros de trabajo?
- Sí No Algunas veces Casi siempre
12. ¿Cuál es la percepción que tiene de su jefe? Marque con una X, la opción que crea conveniente
- Comprometido, Empático y Responsable
 Amable, Sociable y Carismático
 Exigente y Comunicativo
 Comprometido, Empático, Responsable y exigente
13. ¿Cree usted que su trabajo está bien remunerado?
- Sí No
14. ¿Conoce el año de creación de Cootranshacaritama Ltda?
- Sí menciónelo: _____ No
15. ¿Conoce la Misión de Cootranshacaritama?
- Sí No

Si su respuesta es positiva, responda:

(Selecciones la opción que crea necesaria)

16. ¿ Que atributos aparecen en la misión de la cooperativa?
- Eficiente, Confiable y Personal Idóneo

- Responsabilidad, Compromiso y Calidad
- Eficiente, Confiable y Comprometidos
- Comprometidos, Calidad y Personal Idóneo

17. ¿Conoce la Visión de Cootranshacaritama?

- Sí No

Si su respuesta es positiva, responda:

18. ¿Qué atributos aparecen en la visión de la cooperativa? **(Seleccione la opción que crea necesaria)**

- Reconocimiento, Confiable y Desarrollo
- Responsabilidad, Talento Humano y Tecnologías
- Tecnologías, Confiable y Talento Humano
- Reconocimiento, Desarrollo y Tecnologías

19. ¿Cuáles son los servicios que ofrece Cootranshacaritama Ltda?

- Transporte
- Transporte y Encomiendas
- Transporte, Encomiendas, Estación de Servicio y Lavadero de Vehículos
- Encomiendas y Estación de Servicio
- Transporte y Estación de Servicio

Marque con una X su respuesta

20. ¿Al ingresar como empleado de la cooperativa, recibe algún tipo de capacitación u orientación sobre su trabajo?

- Sí No

21. ¿Conoce si la cooperativa tiene una oficina que atienda las inquietudes de los empleados (conductores, administrativos, despachadores...)?

- Sí No

22. ¿Conoce si la cooperativa posee un buzón, que permita almacenar sus peticiones, quejas, reclamos y sugerencias (PQRS) para posteriormente ser atendidas?

- Sí No

23. ¿Qué medios utiliza usted para presentar peticiones, quejas, reclamos y sugerencias (PQRS)? **(Marque las respuestas que crea convenientes)**

- Llamada telefónica Correo electrónico
- De manera personal Por escrito (oficio)

Marque con una X su respuesta

24. ¿Cuándo ha presentado peticiones, quejas, reclamos y sugerencias, le han sido atendidas oportunamente?

Sí No Algunas veces Casi siempre

25. ¿Conoce usted el reglamento de transporte de la Cooperativa de Transportadores Hacaritama Ltda?

Sí No

En caso de ser negativa su respuesta, conteste:

26. ¿Por qué no conoce el reglamento de transporte de Cootranshacaritama Ltda?

- La cooperativa no me lo ha otorgado
- Tengo el reglamento pero no lo he leído
- No me interesa
- Otro motivo

27. ¿Cuáles son los canales de comunicación que se usan en Cootranshacaritama Ltda?

- Reuniones, Asambleas y Encuentros personales
- Circulares, Teléfono y Correo Unificado
- Buzón de Quejas y Sugerencia
- Carteleras Informativas y WhatsApp
- Todas Las Anteriores

Apéndice 3 Encuesta de Comunicación Externa

Encuesta

Dirigida a: Población de Ocaña, Norte de Santander

Propósito: Medir la comunicación externa de Cootranshacaritama Ltda.

Tamaño de muestra: 68 personas

Género: Hombre _____ Mujer _____ **Estrato** _____ **Edad** _____

1. ¿Ha escuchado de la cooperativa Cootranshacaritama Ltda?

() Sí () No () Algunas veces () Casi siempre

Si su respuesta es positiva, responda:

2. ¿Cuáles son los colores que identifican a Cootranshacaritama Ltda?

() Azul () Rojo () Blanco () Verde () Amarillo
() Morado

3. ¿Conoce los servicios que ofrece esta cooperativa?

() Sí () No

En caso de ser positiva su respuesta, conteste:

4. ¿Qué servicios conoce de Cootranshacaritama Ltda?

() Servicio de Transporte municipal e intermunicipal () Estación de servicio
() Lavadero de vehículos () envío de encomiendas () Ninguno

En caso de no conocer los servicios, responda:

5. ¿Estarías interesado en recibir información de la cooperativa?

() Sí () No

6. ¿A través de qué medios?

() Redes Sociales () Radio () Televisión () Prensa
() Página Web () Revistas () Otros

7. ¿Cómo conoció la empresa?

() Por referencias () Por ver vehículos de la cooperativa
() Por redes sociales () Medios de comunicación () Otro

(Pasante, 2018)

8. Cuando escoge un servicio de la cooperativa, que factor es más importante:

- Atención al usuario Precios Calidad
 Promoción Seriedad Eficiencia

9. ¿Ha utilizado servicios de Cootranshacaritama Ltda?

- Sí No Algunas veces Casi siempre

Si su respuesta es positiva, responda:

10. ¿Qué servicios ha utilizado de la cooperativa?

- Transporte Público Municipal e Intermunicipal Estación de Servicio
 Lavadero de Vehículos Servicio de encomiendas

11. ¿Cómo le ha parecido la calidad del servicio?

- Excelente Buena Regular Mala

12. ¿Cómo califica la atención recibida por los empleados de la cooperativa?

- Excelente Buena Regular Mala

13. ¿Qué factores cree usted debe mejorar Cootranshacaritama Ltda? **(Seleccione el número de opciones que crea convenientes)**

- Calidad en el servicio de Transporte Urbano
 Calidad en el servicio de Transporte Intermunicipal
 Mejorar la Atención al Cliente
 Mejorar el Precio de Pasajes
 Promoción de Servicios

14. ¿Cómo cree usted que Cootranshacaritama aporta al desarrollo de la ciudad u la región?

- Ofreciendo servicio de transporte eficiente y con calidad
 Ofreciendo servicio de transporte que integre a Ocaña y la región.
 Conectando la región del Catatumbo con el resto del país

Apéndice 4 Fotografías de aplicación de encuestas y realización de entrevistas de Comunicación Interna y Externa



Fotografías 2 Evidencia de aplicación de encuestas y realización de entrevistas de Comunicación Interna y Externa.

Fuente: Autor del Proyecto

Nota: Evidencia fotográfica de aplicación de encuestas y realización de entrevistas a públicos internos y externos de Cootranshacaritama Ltda.

Apéndice 5 Fotografías de implementación de estrategias de comunicación interna



Fotografías 3 Evidencia de implementación de estrategias de comunicación interna

Fuente: Autor del proyecto

Nota: Evidencia fotográfica implementación de estrategias de comunicación interna en Cootranshacaritama Ltda.