

	<b>UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA</b>			
	<b>Documento</b> FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	<b>Código</b> F-AC-DBL-007	<b>Fecha</b> 10-04-2012	<b>Revisión</b> A
	<b>Dependencia</b> DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	<b>Aprobado</b> SUBDIRECTOR ACADEMICO		<b>Pág.</b> 1(86)

### RESUMEN - TESIS DE GRADO

<b>AUTORES</b>	<b>KAROLYNA TORRADO ORTIZ</b>
<b>FACULTAD</b>	<b>DE EDUCACIÓN ARTES Y HUMANIDADES</b>
<b>PLAN DE ESTUDIOS</b>	<b>COMUNICACIÓN SOCIAL</b>
<b>DIRECTOR</b>	<b>JUAN PABLO PEÑARANDA FRANCO</b>
<b>TÍTULO DE LA TESIS</b>	<b>ELABORACIÓN DEL MANUAL DE COMUNICACIONES DE LA EMPRESA COOSERPLAY DEL MUNICIPIO DE LA PLAYA DE BELÉN, PARA EL FORTALECIMIENTO DE SU COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA</b>

#### RESUMEN (70 palabras aproximadamente)

EL PRESENTE PROYECTO, TIENE COMO FINALIDAD LA CREACIÓN DE UN MANUAL DE COMUNICACIONES PARA REFORZAR LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA DE LA EMPRESA DE SERVICIOS PÚBLICOS DE LA PLAYA DE BELÉN COOSERPLAY, CONVIRTIÉNDOSE EN UNA GUÍA PARA LA EMPRESA, EN DONDE SE ENCONTRARAN CONSIGNADAS LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNAS Y EXTERNAS Y ASÍ MISMO ALGUNAS CONSIDERACIONES GENERALES DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL Y SU MANERA DE COMO APLICARLAS EN UNA EMPRESA.

#### CARACTERÍSTICAS

<b>PÁGINAS:</b> 86	<b>PLANOS:</b>	<b>ILUSTRACIONES:</b> 34	<b>CD-ROM:</b> 1
--------------------	----------------	--------------------------	------------------



Vía Acolsure, Sede el Algodonal, Ocaña, Colombia - Código postal: 546552  
Línea gratuita nacional: 01 8000 121 022 - PBX: (+57) (7) 569 00 88 - Fax: Ext. 104  
info@ufpso.edu.co - www.ufpso.edu.co

**ELABORACIÓN DEL MANUAL DE COMUNICACIONES DE LA EMPRESA  
COOSERPLAYDEL MUNICIPIO DE LA PLAYA DE BELÉN, PARA EL  
FORTALECIMIENTO DE SU COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA**

**KAROLYNA TORRADO ORTIZ**

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

**Comunicador Social**

**Director**

**JUAN PABLO PEÑARANDA FRANCO**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA**

**FACULTAD DE EDUCACIÓN ARTES Y HUMANIDADES**

**COMUNICACIÓN SOCIAL**

**Ocaña, Colombia**

**Febrero, 2018**

## Índice

Capítulo 1. Elaboración de un manual de comunicaciones de la empresa Cooserplay del Municipio de la Playa de Belén, para el fortalecimiento de su comunicación interna y externa. ...	1
1.1 Descripción breve de la empresa .....	1
1.1.1 Misión .....	3
1.1.2 Visión .....	3
1.1.3 Objetivos .....	3
1.1.4 Descripción de la Estructura Organizacional .....	4
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. ....	7
1.3 Objetivos de las pasantías .....	8
1.3.1 Objetivo general .....	8
1.3.2 Objetivos específicos .....	8
1.4 Descripción de las actividades a desarrollar en la empresa .....	9
Capítulo 2. Enfoque referencial.....	11
2.1 Enfoque conceptual .....	11
2.2 Enfoque legal .....	16
Capítulo 3. Informe del cumplimiento del trabajo .....	20
3.1 Presentación de resultados .....	20
3.2 Diseño metodológico .....	22
Capítulo 4. Diagnóstico final .....	55
5. Conclusión .....	56
6. Recomendaciones .....	57
Referencias .....	59
Apéndices .....	60

**Lista de tablas**

Tabla 1. Matriz DOFA.....	5
Tabla 2. Estrategias FO-DO-FA-DA.....	6
Tabla 3. Descripción de las actividades .....	9
Tabla 4. Análisis de los medios de comunicación de la empresa.....	44

## Lista de figuras

Figura 1. Organigrama general Cooserplay. ....	4
Figura 2. Porcentajes de los medios de comunicación de la empresa más conocidos. ....	26
Figura 3. Herramientas de comunicación más utilizadas. ....	27
Figura 4. Frecuencia de utilización de las herramientas comunicativas. ....	28
Figura 5. Medio de comunicación más eficaz de la empresa. ....	28
Figura 6. Implementación de medios de comunicación en la empresa. ....	29
Figura 7 medios de comunicación a implementar. ....	29
Figura 8. Medios utilizados para comunicarse con el personal interno. ....	30
Figura 9. Comunicación oportuna para los empleados. Fuente. Pasante del proyecto. ....	31
Figura 10. Participación de los empleados. ....	31
Figura 11. Retroalimentación gerente-empleado. ....	32
Figura 12. Participación de los empleados. ....	32
Figura 13. Medio de comunicación más efectivo. ....	33
Figura 14. Herramienta más efectiva de la empresa, según los operarios. ....	33
Figura 15. Comunicación entre empleado y jefe. ....	34
Figura 16. Articulación de los empleados en actividades de la empresa. ....	35
Figura 17. Medio de comunicación eficiente para la gerente. ....	35
Figura 18. Comunicación entre gerente y empleado. ....	36
Figura 19. Medio de comunicación eficiente para conocer las opiniones de los empleados. ....	36
Figura 20. Medio de comunicación más empleado por la gerente. ....	37
Figura 21. Implementación de nuevos medios de comunicación en la empresa. ....	37

Figura 22. Medios de comunicación a implementar en la empresa. ....	38
Figura 23. Conocimiento de los medios de comunicación manejados por la empresa. ....	39
Figura 24. Medios más utilizados por la junta directiva. ....	39
Figura 25. Participación activa de la junta directiva de la empresa. ....	40
Figura 26. Medio de comunicación efectivo para la junta directiva. ....	40
Figura 27. Consideración de la efectividad de los medios de comunicación de la empresa. ....	41
Figura 28. Medio de comunicación a implementar en la empresa. ....	42
Figura 29. Comunicación existente entre la gerente y la junta directiva. ....	42
Figura 30. Aceptación de la implementación del manual de comunicaciones en la empresa ....	51
Figura 31. Aprobación de la información suministrada en el manual. ....	52
Figura 32. Aprobación del diseño del manual de comunicaciones ....	52
Figura 33. Manual de comunicaciones considerado como herramienta comunicativa efectiva ..	53
Figura 34. Estipulación de acuerdo de la junta directiva para implementación del manual de comunicaciones. ....	54

## Lista de apéndices

Apéndice A. Evidencias fotografías: .....	61
Apéndice B. Formato de encuestas a los usuarios de la empresa Cooserplay/ fuente pasante ...	65
Apéndice C. Blog de la empresa Cooserplay .....	71
Apéndice D. Volante informativo de Cooserplay .....	72
Apéndice E Periódico impreso de Cooserplay .....	73
Apéndice F. Manual .....	74

## Resumen

La presente pasantía lleva por nombre ELABORACIÓN DEL MANUAL DE COMUNICACIONES DE LA EMPRESA COOSERPLAY DEL MUNICIPIO DE LA PLAYA DE BELÉN, PARA EL FORTALECIMIENTO DE SU COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA.

Para poder ejecutar esta actividad se realizó un diagnóstico mediante el cual se conoció el estado actual de la comunicación en la empresa, esto mediante información suministrada por la gerente de la empresa.

Con ello se evidenció algunas falencias de la entidad en el manejo del área de las comunicaciones, por lo que se considera necesario reforzarla tanto interna como externamente.

Además de las conversaciones directas con la gerente de la empresa, se aplicaron encuestas a una muestra de sus usuarios, para lo cual con información del catastro de usuarios de cooserplay, se tomó una significativa de personas a encuestar; así mismo se trabajó con el total de los empleados de la empresa y sus miembros directivos, con el fin de identificar el conocimiento de todos los actores de la empresa respecto a los medios de comunicación que utiliza. Así mismo se logró determinar el uso y la periodicidad con que Cooserplay brinda la información y le llega a todos sus actores.

Lo anterior con el fin de evaluar el sistema, identificar las falencias y recomendar las acciones necesarias para tener una mayor cobertura de usuarios con la transmisión de una información más efectiva.

Así mismo se realizó un manual de comunicaciones que servirá de guía para la empresa a la hora de emplear sus comunicaciones, el cual contempla el objetivo, el público al que va dirigido, las estrategias y la metodología a seguir.

## Introducción

La comunicación es uno de los procesos fundamentales para el desarrollo de la sociedad y, naturalmente es imprescindible para que la empresa pueda llevar a cabo las funciones que le permitirán alcanzar sus objetivos corporativos sin perder su identidad. Por tanto la implementación de herramientas comunicativas dentro de la empresa, mejoraran las relaciones tanto internas como externas de la misma.

El propósito principal de este proyecto es proporcionar un plan de mejoramiento para el desarrollo de estrategias y herramientas efectivas de comunicación, que le permitan a la empresa COOSERPLAY, mejorar significativamente sus procesos y flujos de comunicación organizacional al interior y exterior de la empresa.

Para lograrlo se llevó a cabo la creación de un manual de comunicaciones que le permitirá lograr el fortalecimiento de la comunicación interna y externa de la empresa de servicios públicos de la Playa de Belén , el cual define unas estrategias a la hora de difundir información, que servirá como guía que facilitará llegar al público objetivo con una mayor efectividad , convirtiéndose esta herramienta comunicativa en una guía sustancial para Cooserplay, que brindará los protocolos necesarios a la hora de implementar los procesos de comunicación y el direccionamiento estratégico de la empresa.

# **Capítulo 1. Elaboración de un manual de comunicaciones de la empresa Cooserplay del Municipio de la Playa de Belén, para el fortalecimiento de su comunicación interna y externa.**

## **1.1 Descripción breve de la empresa**

“La empresa Cooserplay, fue creada el 26 de julio del año 2006, como una entidad privada para la prestación de los servicios de acueducto, alcantarillado y aseo en la cabecera municipal de la Playa de Belén” (Cooserplay, 2009).

Desde entonces presta estos servicios a un total de 320 suscriptores que corresponden a 1.200 habitantes; a pesar de que su área de prestación es en el perímetro urbano, también presta sus servicios de acueducto mediante la operación de una planta de tratamiento de agua potable de filtración lenta en múltiples etapas a algunos sectores cercanos como El Rodeo y la parte alta de la vereda El Tunal que por su ubicación acceden al mismo.

En cuanto al servicio de aseo, la empresa realiza la recolección de los residuos en una volqueta contratada con el municipio y ha extendido su servicio al área rural, realizando la recolección de los residuos sólidos en las veredas: Rosa Blanca, El Tunal, Montecitos, Carrizal y Maciegas y mediante un convenio con la Alcaldía a los corregimientos de Aspacica y la Vega.

La empresa tiene implementado un programa de separación en la fuente, desde hace 10 años, a través del cual los usuarios desde sus viviendas separan los residuos sólidos en orgánicos e inorgánicos.

Los residuos inorgánicos son a su vez clasificados y vendidos y los residuos orgánicos mediante un proceso de descomposición son transformados en abono el cual se emplea para fortalecer un vivero en el que se producen diferentes especies nativas del municipio y con el que se lleva a cabo el proyecto “sembrando paz”, a través del cual se reforesta diferentes sectores y veredas del municipio.

La disposición final de los residuos es realizada finalmente en el relleno la madera de la ciudad de Ocaña, a cargo de la empresa Espo S.A.

La empresa tiene a cargo la prestación de los servicios, sin embargo la infraestructura es propiedad del Municipio, razón por la cual es éste último quien se encarga de realizar las inversiones.

“En cuanto al sistema de alcantarillado, el municipio cuenta con una planta de tratamiento de aguas residuales tipo RALF (reactores anaeróbicos de lechos filtrantes) a través del cual se le realiza el tratamiento a estos residuos” (Cooserplay, 2009).

Otros de los planes y proyectos desarrollados por Cooserplay, son el plan de ahorro y uso eficiente del agua a través del cual se incentiva a la comunidad para la detección y solución de fugas y el uso de adecuado del servicio.

Esta empresa está vigilada por la superintendencia de servicios públicos y en su estructura interna la rige una asamblea general de usuarios, representada en un consejo de administración y una junta de vigilancia.

**1.1.1 Misión.** “Somos una entidad, sin ánimo de lucro, prestadora de los servicios de Acueducto, alcantarillado y aseo en el Municipio de la playa de Belén, dedicada a satisfacer las necesidades de sus usuarios con calidad, oportunidad, eficiencia, eficacia y cobertura”

(Cooserplay, 2009)

**1.1.2 Visión.** Ser para el año 2025, una empresa líder en la prestación de los servicios públicos domiciliarios, convertida en empresa consolidada y reconocida en la región con credibilidad, comprometida con el medio ambiente en el manejo integral de los residuos sólidos

(Cooserplay, 2009)

**1.1.3 Objetivos.** Según Cooserplay

- Garantizar el suministro de agua potable a todo el casco urbano del Municipio.
- Año a año, incrementar los índices de cobertura.
- Continuar fortaleciendo el programa de reciclaje en la fuente, con la articulación
  - de la comunidad y los jóvenes del COLEGIO FRAY JOSÉ MARÍA ARÉVALO.

- Mantener excelentes índices de calidad del agua suministrada.
- Brindar la continuidad de nuestros servicios.

#### 1.1.4 Descripción de la Estructura Organizacional

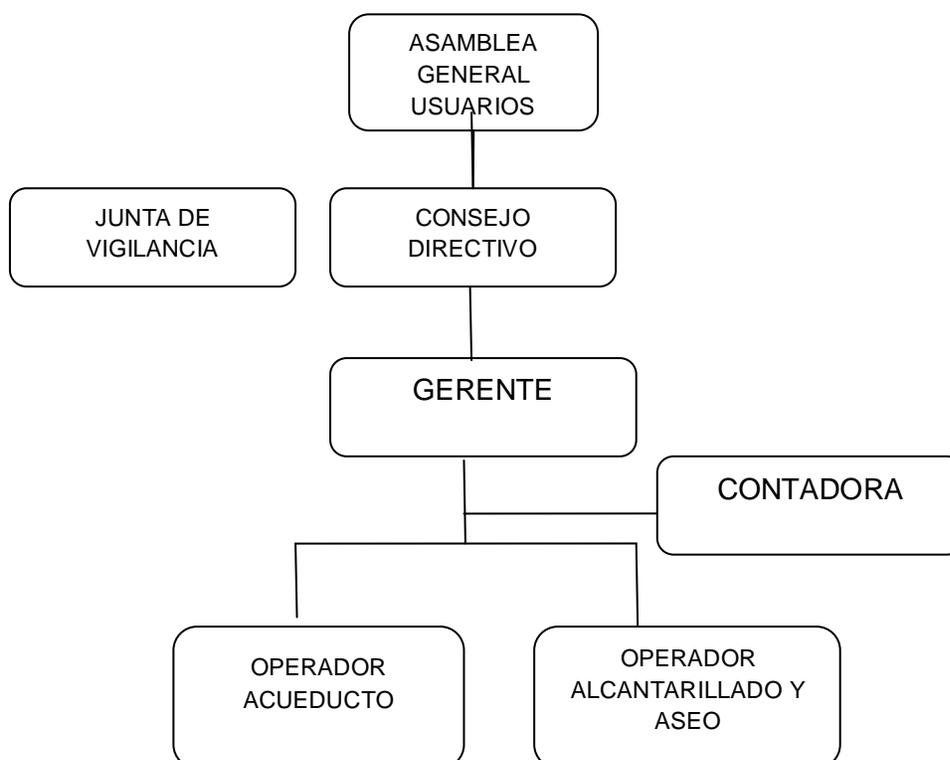


Figura 1. Organigrama general COOSERPLAY. Fuente: COOSERPLAY

**1.1.5 Descripción de la dependencia y/o proyecto al que fue asignado.** Teniendo en cuenta que la empresa no cuenta con una dependencia de comunicaciones fundamental para su desarrollo, en diálogos con la gerente, se tomó la decisión de asignarme un proyecto titulado: mejoramiento y fortalecimiento de la comunicación interna y externa de la empresa de servicios públicos COOSERPLAY, del municipio de la Playa de Belén Norte de Santander.

Esto, dado la gran importancia de fortalecer la comunicación en dicha empresa, ya que el área es esencial para el cumplimiento de los objetivos sociales de la misma en sus procesos comunicativos.

El cual se realizará en el transcurso de las pasantías, en constante seguimiento de la gerente para que el proyecto se cumpla a cabalidad.

## 1.2 Diagnóstico inicial de la dependencia asignada

Resaltando la importancia de la comunicación interna y externa, en el buen funcionamiento de una empresa, en este caso de la empresa de servicios públicos COOSERPLAY del Municipio de la Playa de Belén; se considera importante y fundamental que se realice la matriz DOFA, con el fin de demostrar el diagnóstico real de la empresa y poder de esa manera fortalecer su comunicación, herramienta básica para su desarrollo y crecimiento.

Tabla 1.  
Matriz DOFA

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Se maneja un buen clima organizacional.</li> <li>-Cuenta con algunos medios de comunicación interno y externo para mantener informados a la mayoría de los usuarios como: (celulares, computadores, radios, e internet).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Ampliación de la cobertura y crecimiento de la empresa.</li> <li>-creación de medios comunicativos para la difusión de la información.</li> <li>-Se dará a conocer más como empresa.</li> <li>-fomentar la confianza en los usuarios al dar a conocer las actividades y funciones de la empresa.</li> <li>-proyectar una imagen favorable de la empresa ante sus usuarios y demás empresas prestadoras de servicios públicos.</li> <li>-facilidad de comunicación con los usuarios de la empresa mediante la implementación de nuevos medios de comunicación y fortalecimiento de los existentes.</li> <li>-mantener y mejorar las relaciones con los</li> </ul>

Tabla 1. (Continuación)

<p style="text-align: center;"><b>DEBILIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-No cuenta con una dependencia de comunicaciones.</li> <li>-No posee los recursos suficientes para invertir en el área de comunicaciones.</li> <li>-Los medios actuales no son los suficientes para divulgar información de forma masiva.</li> <li>-El municipio no tiene una plataforma de comunicaciones amplias como: radio y televisión.</li> <li>-Falta de inversión por parte del municipio en la empresa en infraestructura.</li> <li>-Poco personal administrativo de apoyo.</li> </ul>	<p>diferentes públicos objetivos.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-mayor cobertura de comunicación de la empresa.</li> <li>-mejorar la comunicación interna y externa de la empresa.</li> </ul> <p style="text-align: center;"><b>AMENAZA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Pérdida de credibilidad de la empresa por parte de los usuarios.</li> <li>-desinformación en los usuarios de las actividades y funciones que desempeña COOSERPLAY.</li> </ul>
<p>Fuente. Pasante del proyecto</p>	

Tabla 2.

Estrategias FO-DO-FA-DA

<b>FO</b>	<b>DO</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fortalecer los canales de comunicación existentes en la empresa COOSERPLAY.</li> <li>-Crear medios de comunicación que sean asequibles para la empresa, con el fin de mejorar la difusión de la información brindada por la misma.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diseñar y elaborar un manual de comunicaciones, para la contribución al fortalecimiento de la comunicación interna y externa de la empresa COOSERPLAY y su correcta implementación, generando canales activos de comunicación e interacción social.</li> </ul>
<b>FA</b>	<b>DA</b>
<p>Aprovechar los medios de comunicación que maneja COOSERPLAY y los más usados por la comunidad, para dar a conocer oportunamente la información de las actividades, funciones, objetivos y obligaciones de la empresa, fomentando la confianza y credibilidad en sus usuarios.</p>	<p>Aumentar la eficiencia y la efectividad de las operaciones comunicativas de la empresa COOSERPLAY, a través de la ejecución del manual de comunicaciones y los canales viables de la misma.</p>

Fuente. Pasante del proyecto

**1.2.1 Planteamiento del problema.** La administración pública cooperativa de servicios públicos del municipio de la Playa de Belén Cooserplay, es una empresa prestadora de servicios de acueducto, alcantarillado y aseo, que por su tamaño tiene facilidad con su comunicación interna y así mismo debe estar en constante contacto con sus usuarios.

En la actualidad esta entidad, emplea un sistema muy básico de comunicación, esto debido a sus bajos recursos económicos ya que posee un número muy pequeño de usuarios.

La comunicación interna se facilita dado al bajo número de empleados, para ello usan como herramientas: celulares y radios, así mismo en el área administrativa hacen uso de circulares y realizan reuniones periódicas de socialización.

Los medios de comunicación externos utilizados por Cooserplay son: una cuenta en Facebook, un grupo de usuarios en whatsapp, así mismo publican avisos a través del megáfono de la parroquia, ya que no cuentan con un área estructurada para el desarrollo de la comunicación.

Según información suministrada por la gerente de la empresa, a pesar de las acciones implementadas para el área de comunicación, aún deben fortalecerse las estrategias comunicativas al interior y exterior de la misma, ya que los medios utilizados no son los suficientes para dar a conocer las políticas de la empresa así como las actividades que se realizan de tipo social con relación al medio ambiente o al entorno organizacional.

Por tanto será de vital importancia crear un manual de comunicaciones, que se convierta en un procedimiento específico a seguir por parte de quienes integran la empresa, para que de esta manera se cumplan las funciones de fortalecer las comunicaciones internas y externas de la empresa Cooserplay, y permita optimizar los procesos de comunicación y así mismo guiar a los empleados para que conozcan claramente su correcto procedimiento, sus planes, y objetivos que permitan obtener resultados positivos en la empresa, y generen mayor sentido de pertenencia y fortalecimiento en la cultura organizacional.

¿Cómo podría contribuir la implementación del manual de comunicaciones en el fortalecimiento de la comunicación interna y externa de la empresa Cooserplay?

### **1.3 Objetivos de las pasantías**

**1.3.1 Objetivo general.** Diseñar un manual de comunicaciones con el fin de fortalecer la comunicación interna y externa de la empresa de servicios públicos Cooserplay.

**1.3.2 Objetivos específicos.** Diagnosticar la situación actual de la comunicación interna y externa en la cooperativa Cooserplay.

Proponer canales viables y reforzar los existentes, para fortalecer la comunicación interna y externa de la empresa.

Diseñar y elaborar el manual de comunicaciones para la empresa.

Medir el impacto de la propuesta implementada en la empresa.

#### 1.4 Descripción de las actividades a desarrollar en la empresa

Tabla 3. *Descripción de las actividades*

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVO ESPECIFICO	ACTIVIDADES A DESARROLLAR EN LA EMPRESA PARA HACER POSIBLE EL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS ESPECIFICOS.
Diseñar un manual de comunicaciones con el fin de fortalecer la comunicación interna y externa de la empresa de servicios públicos COOSERPLAY.	1. Diagnosticar la situación actual de la comunicación interna y externa en la cooperativa COOSERPLAY.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realización de un diagnóstico de información documental de la empresa.</li> <li>• Formulación de las preguntas para la aplicación de las encuestas.</li> <li>• Toma de una muestra de los usuarios de la empresa y aplicación de la misma.</li> <li>• Aplicación de la encuesta al personal interno de la empresa.</li> <li>• Análisis de los resultados arrojados por las encuestas.</li> </ul>
	2. Proponer canales viables y reforzar los existentes, para fortalecer la comunicación interna y externa de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fortalecer los medios de comunicación más usados en la empresa para transmitir de forma óptima la información a los usuarios.</li> <li>• Implementar nuevos métodos de comunicación como: volantes informativos y charlas para dar a conocer las noticias de la empresa y sus actividades.</li> </ul>
	3. Diseñar y elaborar un manual de comunicaciones para la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Determinar el diseño que llevara el manual, colores y tipografía que serán utilizados.</li> <li>• Siguiendo las normas estipuladas, se incluirá la información recolectada para el manual de comunicaciones.</li> <li>• A través del programa editor COREL DRAW, se realizaran las piezas gráficas que componen el manual.</li> </ul>

Tabla 3. (Continuación)

---

4. Medir el impacto de la propuesta implementada en la empresa.	<ul style="list-style-type: none"><li>•Elaborar una encuesta a una muestra aleatoria de los usuarios de la empresa COOSERPLAY y sus integrantes.</li><li>•Procesamiento y análisis de las encuestas, para determinar si se cumplió con el objetivo planteado.</li></ul>
---	---

---

Fuente. Pasante del proyecto

## Capítulo 2. Enfoque referencial

### 2.1 Enfoque conceptual

**Comunicación.** La comunicación puede concebirse como el proceso dinámico que fundamenta la existencia, progreso, cambios y comportamiento de todos los sistemas vivientes, individuos u organizaciones. (Miller, s.f.). afirma:

Entendiéndose la comunicación como la función indispensable de las personas y de las organizaciones mediante la cual la organización u organismo se relaciona consigo mismo y su ambiente, relacionando sus partes y sus procesos internos unos con otros.

La comunicación es "el proceso por el cual intercambiamos o compartimos según significados. Según Lamb, Hair y McDaniel "Esto se logra mediante un conjunto común de símbolos".

"La comunicación es la interacción de las personas que entran en ella como sujetos de discusión". Según pincho Riviere.

El objetivo fundamental de la comunicación es convertir al hombre en un agente efectivo que le permita alterar la relación original que existe entre su organismo y su medio circundante. Según Berlo:

El hombre se comunicaría, entonces, para influir y afectar intencionalmente en los demás.

Según Idalberto Chiavenato, comunicación es "el intercambio de información entre personas. Significa volver común un mensaje o una información. Constituye uno de los procesos fundamentales de la experiencia humana y la organización social"

“La comunicación es la transmisión verbal o no verbal de información entre alguien que quiere expresar una idea y quien espera captarla o se espera que la capte”. Según Stanton, Etzel y Walker, La comunicación es la acción por la que se hace participar a un individuo.

Esta participación es estar situado en una época, en un punto R dado, en las experiencias o estímulos de otro individuo (de otro sistema) situado en otra época, en otro lugar (E), utilizando los elementos de conocimiento que tienen en común.

La comunicación es un proceso a través del cual un emisor transmite un mensaje a un receptor. Según Lasswell, “esto se logra cuando se utiliza un canal en específico, con el propósito de generar respuesta.”

**Manual.** Es la forma en la cual se gestionan, dentro de los diferentes procesos de la empresa, mecanismos mediante los cuales se pueda aprovechar de una forma inteligente todo el conocimiento que se maneja en la organización”. (Munera, 2002).

Otra definición de los manuales según Diamond es la siguiente” son un medio de comunicación muy especializada y requiere de habilidades de comunicación especializada, que se estructuran a través de pasos simples y lógicos...”

**Comunicación interna.** La comunicación interna o corporativa define situaciones en donde dos o más intercambian, comulgan o comparten principios, ideas o sentimientos de la empresa con visión global. Según Pizzolante afirma: para las organizaciones se requiere que puedan desarrollarse estrategias de comunicación interna para todo el personal, ya que esto permite mejor confianza, empatía y sobre todo conocer los aspectos emocionales y mentales que experimenta sus compañeros de trabajo en sus áreas de trabajo.

La comunicación interna se divide en tres tipos según Robbins (1999):

**Comunicación ascendente:** este tipo de comunicación fluye hacia un nivel superior en el grupo o la organización. Se utiliza para proporcionar retroalimentación a los de arriba, informarle hacia el progreso de las metas y darles a conocer problemas actuales.

Aquí los gerentes pueden saber cómo se sienten los empleados en sus puestos de trabajo, con sus compañeros de trabajos y con la organización en general. Aquí se pueden usar algunas medios comunicacionales como son: Los correos electrónicos, entrevistas al personal, buzón de sugerencias y retroalimentaciones grupales.

**La comunicación descendente:** Aquí la comunicación fluye de un nivel del grupo u organización a un nivel más bajo. Es utilizado por los líderes de grupo y los gerentes para asignar metas, proporcionar instrucciones, informar a los subordinados, acerca de las políticas o procedimientos, también para retroalimentar aspectos de su desempeño. Los líderes pueden hacer uso para comunicarse con su personal como son: reuniones formales e informales, intranet, dinámicas grupales, entrevistas personales, correos electrónicos.

En el libro de comunicación interna Según Jesús García:

La gestión de la comunicación interna se enfoca en todas las acciones y metodologías aplicativas en donde los encargados de la comunicación planifican todos los recursos posibles que permita mejor desarrollo en la organización.

Los recursos de la Comunicación Interna son:

- Apoyo decidido de la alta dirección: aquí se toman las decisiones estratégicas de la comunicación interna.
- Profesionalización de sus funciones y decisiones: se tiene una capacitación completa y técnica sobre liderazgo organizacional.
- Recursos económicos.

**Comunicación externa.** “Comunicación externa es descrita como la transmisión de la información fuera de la empresa, destinada a los públicos externos de la organización

(consumidores, distribuidores, prescriptores, prensa, grupos de interés, entre otros)”. Según Esteban y otros.

La comunicación externa en función de los consumidores y/o usuarios que mantienen una relación comercial con la empresa. Según Abril y otros por su parte enfoca dicha política comunicacional “la cual tiene una finalidad muy clara, dar conocer las expectativas y necesidades de los clientes así como su grado de satisfacción en el servicio ofrecido; definiendo a la misma como la comunicación con el público, con la sociedad en general, y los introspectivos que rodean a la organización”.

La comunicación externa surge de la necesidad de la misma organización de interrelacionarse con otros públicos externos. Y para López. “Establece que sin la práctica de la misma su función productiva no podría desarrollarse de una forma adecuada”.

El contenido esencial de la comunicación externa es el dar a conocer la actividad propia de la organización. Según Abril y otros “su impacto en la sociedad, mediante los grupos de interés, externos a la empresa, entre los que mencionan: vecinos, asociaciones locales, centros formativos y hasta los líderes políticos son fundamentales para desarrollarse funcionalmente dicho procedimiento”.

La comunicación externa es un proceso fundamental para lograr vínculos con la sociedad. Según El decreto no. 281 del comité ejecutivo del consejo de ministros, artículo 687 plantea que: Mediante la comunicación externa se ofrecen las bases para que se conozca la razón fundamental de la empresa u organización superior de dirección y los resultados de su gestión

**Manual de comunicaciones.** El manual de la comunicación es la primera publicación que recoge cómo se debe estructurar un departamento de Comunicación en empresas e instituciones.

Así mismo este permitirá a los funcionarios de la institución conocer las directrices de la entidad, en materia de comunicación interna y externa.

Ya que su consulta se hace indispensable para entender la forma de cómo se manejan los canales de difusión de la información, la página web y las redes sociales; así como los procedimientos que se deben seguir para elaborar diferentes piezas de comunicación como comunicados de prensa, boletines informativos o virtuales, videos, comerciales de televisión, cuñas radiales, audios, programas de televisión, documentales entre otros. (Universidad tecnológica del valle del mezquital) (Pérez, 2012)

## **2.2 Enfoque legal**

**Constitución política de Colombia.** (Asamblea Nacional Constituyente, 1991)

**Artículo 61.** El Estado protegerá la propiedad intelectual por el tiempo y mediante las formalidades que establezca la ley.

**Nota:** El concepto de “propiedad intelectual”, acogido por el artículo 61 de la Constitución Política, en concordancia con el artículo 2 numeral 8 del Convenio que establece la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, es omnicompreensivo de diferentes categorías de propiedad

sobre creaciones del intelecto, que incluye dos grandes especies o ramas: la propiedad industrial y el derecho de autor, que aunque comparten su naturaleza especial o sui generis, se ocupan de materias distintas. Mientras que la primera trata principalmente de la protección de las invenciones, las marcas, los dibujos o modelos industriales, y la represión de la competencia desleal, el derecho de autor recae sobre obras literarias, artísticas, musicales, emisiones de radiodifusión, programas de ordenador, etc.

### **Ley 23 de 1982** Sobre los Derechos de Autor

**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.

**Artículo 2.** Los derechos de autor recaen sobre las obras científicas, literarias y artísticas las cuales se comprenden todas las creaciones del espíritu en el campo científico, literario y artístico, cualquiera que sea el modo o forma de expresión y cualquiera que sea su destinación, tales como: los libros, folletos y otros escritos (...)

### **Ley 44 de 1993.** Capítulo II

**Artículo 6:** Todo acto en virtud del cual se enajene el Derecho de Autor, o los Derechos Conexos así como cualquier otro acto o contrato vinculado con estos derechos, deberá ser

inscrito en el Registro Nacional del Derecho de Autor como condición de publicidad y oponibilidad ante terceros.

#### **Capítulo IV**

**Artículo 51:** Incurrirá en prisión de dos (2) a cinco (5) años y multa de cinco (5) a veinte (20) salarios legales mínimos mensuales:

Incurrirá en prisión de dos (2) a cinco (5) años y multa de cinco (5) a veinte (20) salarios legales mínimos mensuales:

Quien publique una obra literaria o artística inédita, o parte de ella, por cualquier medio, sin la autorización previa y expresa del titular del derecho. 2. Quien inscriba en el registro de autor una obra literaria, científica o artística a nombre de persona distinta del autor verdadero, o con título cambiado o suprimido, o con el texto alterado, deformado, modificado o mutilado, o mencionando falsamente el nombre del editor, productor fonográfico, cinematográfico, video gráfico o de soporte lógico. (Constitucioncolombia, s.f)

Quien de cualquier modo o por cualquier medio reproduzca, enajene, compendie, mutile o transforme una obra literaria, científica o artística, sin autorización previa y expresa de sus titulares.

Quien reproduzca fonogramas, videogramas, soporte lógico u obras cinematográficas sin autorización previa y expresa del titular, o transporte, almacene, conserve, distribuya, importe, venda, ofrezca, adquiera para la venta o distribución o suministre a cualquier título dichas reproducciones.

**Parágrafo.-** Si en el soporte material, carátula o presentación de la obra literaria, fonograma, videograma, soporte lógico u obra cinematográfica se emplea el nombre, razón social, logotipo o distintivo del titular legítimo del derecho, las penas anteriores se aumentarán hasta en la mitad. (Comunidad Andina de Naciones, 1982)

## Capítulo 3. Informe del cumplimiento del trabajo

### 3.1 Presentación de resultados

**Objetivo específico 1.** Diagnosticar la situación actual de la comunicación interna y externa en la empresa Cooserplay.

**Actividad 1.** Realización de un diagnóstico de información documental de la empresa.

Luego de una investigación realizada a la empresa de Servicios Públicos de la Playa de Belén Cooserplay, y de solicitar información con la gerente de la empresa, se evidencia que esta no cuenta con información documental, recopilación bibliográfica, trabajos o libros referentes a las estrategias de la comunicación organizacional interna y externa.

Por tanto es de vital importancia la implementación de un manual de comunicaciones, cuyo fin será contribuir a lograr los objetivos corporativos y estratégicos de la empresa, impulsando su comunicación interna y externa, acción que será complementada con el fortalecimiento de los canales de comunicación existentes dentro de la empresa de servicios públicos, lo cual se verá reflejada en el clima organizacional y las relaciones de la empresa con el entorno.

**Actividad 2.** Formulación de las preguntas para la aplicación de las encuestas.

Para la formulación de la encuesta se tuvo en cuenta el diagnóstico realizado en la empresa, el cual contó con diálogos con la gerente en cuanto a su comunicación interna y externa, enfocándose en la incidencia de los medios de comunicación para el cumplimiento de sus objetivos.

**Actividad 3.** Toma de una muestra de los usuarios de la empresa y aplicación de la misma.

Para la selección de los usuarios a encuestar, fue necesario la aplicación de una fórmula estadística para calcular el tamaño de la muestra, la cual permitió determinar el número de encuestados que equivalen a un total de 296 usuarios del casco urbano del municipio de la playa de Belén, quienes fueron escogidos aleatoriamente.

**Actividad 4.** Aplicación de la encuesta al personal interno de la empresa

Para la realización de esta actividad fue necesario aplicar encuestas al público interno y externo de la empresa COOSERPLAY, ya que se hace fundamental para la realización del manual de comunicaciones conocer los canales más usados por los operarios y los usuarios.

Y así mismo cuál de sus canales son los más eficaces para dar a conocer la información y las actividades que se presentan dentro y fuera de la empresa, al igual que es de vital importancia conocer las falencias de los canales de transmisión para reforzarlos y mantener una comunicación más fluida.

**Actividad 5.** Análisis de los resultados arrojados por las encuestas.

Una vez obtenidos los resultados de las encuestas, se procede a realizar un respectivo análisis que contribuirá a la ejecución del manual de comunicaciones, con el objetivo de fortalecer su comunicación interna y externa.

**3.2 Diseño metodológico**

**Tipo de investigación.** La investigación está enfocada en el fortalecimiento de la comunicación interna y externa de la empresa de servicios públicos Cooserplay, con el fin de mejorar los procesos comunicativos y así mismo la efectividad de la empresa. De manera que, se debe utilizar un tipo de investigación cuantitativa con una metodología o diseño descriptivo. “según el autor (Fidias G. Arias (2012), define: La investigación descriptiva como en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento y los resultados de este tipo de investigación se ubica en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere.pag.24.”

Para ello se realizará una tabulación, y se hará la observación correspondiente de los resultados arrojados, con el fin de obtener una perspectiva para el procesamiento y análisis de

Los datos y así determinar de manera significativa si esto contribuye al mejoramiento de la comunicación interna y externa de la empresa.

Su realización será básica ya que lo que se busca es conocer las opiniones de los encuestados en este caso el público interno y externo y así analizar las respuestas dadas y su aporte para COOSERPLAY.

**Población.** La población real será el público externo, que en este caso serán 296 usuarios de la empresa Cooserplay y el público interno conformado por El Gerente, La Junta directiva y Los operarios de la empresa quienes juegan un papel importante dentro de la misma, Según Tamayo, (1997), "La población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población posee una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación" (P.114). Los cuales están distribuidos de la siguiente manera:

Operarios	2 personas
Junta directiva	5 personas
Gerente	1 persona

**Muestra.** La construcción de la muestra, será de la siguiente manera, se tomarán todos los usuarios que hacen parte de la empresa de servicios públicos Cooserplay conformado por 296 personas las cuales harían parte del público externo, y para la muestra del público interno de la empresa se tomaran, los empleados, la junta directiva y la gerente. Para ello fue necesario la aplicación de una formula estadística, que permitió determinar el número de encuestados, el cual consta de 162 usuarios quienes serán escogidos aleatoriamente. Según Amayo, M (1997), "afirma que la muestra es el grupo de individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico" (p.38).

En donde:

N= tamaño de la población = 296 usuarios

ZC= nivel de confianza (90%=1,645) (95%= 1,96) (99%= 2,575)

P= proporción de aceptación (50%)

Q= proporción de rechazo (50%)

E= error de estimación (inferior al 10%)

### **Fórmula de la muestra**

$$N = \frac{N (P * Q) (Z C^2)}{(N - 1) E^2 + \{(Z C^2) P * Q\}}$$

$$N = \frac{296 (0.5 * 0.5)(1.96^2)}{(296 - 1) (0.06^2) \{(1.96^2) * 0.5 * 0.5\}}$$

$$N = \frac{296 * 0.25 * 3.841}{295 * 0.0036 + 3.841 * 0.25}$$

$$N = \frac{284,23}{1,026 + 0.96}$$

$$N = \frac{284,23}{2,022}$$

$$N = 140$$

**F / S = muestra / población**

$$F / S = 141 / 296$$

$$F / S = 0,47$$

**Instrumento de investigación.** Para la realización del proyecto se utilizó como instrumento de investigación el cuestionario y como técnica la encuesta, con el fin de obtener la información. Para Cea (1999,240) “la encuesta como la aplicación o puesta en práctica de un procedimiento estandarizado para recabar información (oral o escrita) de una muestra amplia de sujetos”. La encuesta se diseñó de tal forma que permitiera recolectar la opinión de los encuestados, y de esta forma poder identificar los principales factores que inciden o afectan en la comunicación interna y externa de la empresa y de esta forma contribuir con su fortalecimiento.

**Procesamiento y análisis de la información.** Para procesar la información recolectada, se empleó un análisis de los resultados para conocer las respuestas obtenidas en las encuestas realizadas al público interno y externo de la empresa. Krippendorff (1) se refiere:

Al análisis de contenido como conjunto de métodos y técnicas de investigación destinados a facilitar la descripción e interpretación sistemática de los componentes semánticos y formales de todo tipo de mensaje, y la formulación de inferencias válidas acerca de los datos reunidos.

El análisis de contenido indica Díaz Martínez, C, (1996:122) “que el propósito del análisis de contenido es: “entender un texto, su coherencia interna característica en el contexto de la totalidad de los textos y en contraste con los demás”.

**Resultado de las encuestas.** Este método ha suministrado la información correspondiente para iniciar la investigación exploratoria y descriptiva del objeto a analizar, el cual será la

comunicación interna y externa de la empresa de servicios públicos Cooserplay, en donde los encuestados han aportado los datos, opiniones y puntos de vista necesarios para conocer el estado actual de las comunicaciones de la empresa.

**Encuesta a los usuarios de Cooserplay.** Se consideró relevante la aplicación de una encuesta a una muestra de 140 usuarios de la empresa ubicados en el casco urbano del Municipio.

Para el diseño de las mismas se decidió utilizar 6 preguntas, cuatro cerradas y 2 preguntas donde se pueden seleccionar varias opciones teniendo en cuenta la necesidad de la información. A continuación se describirá cada pregunta con su análisis respectivo:

¿Señale cuál de los siguientes medios de comunicación de la empresa Cooserplay usted conoce?

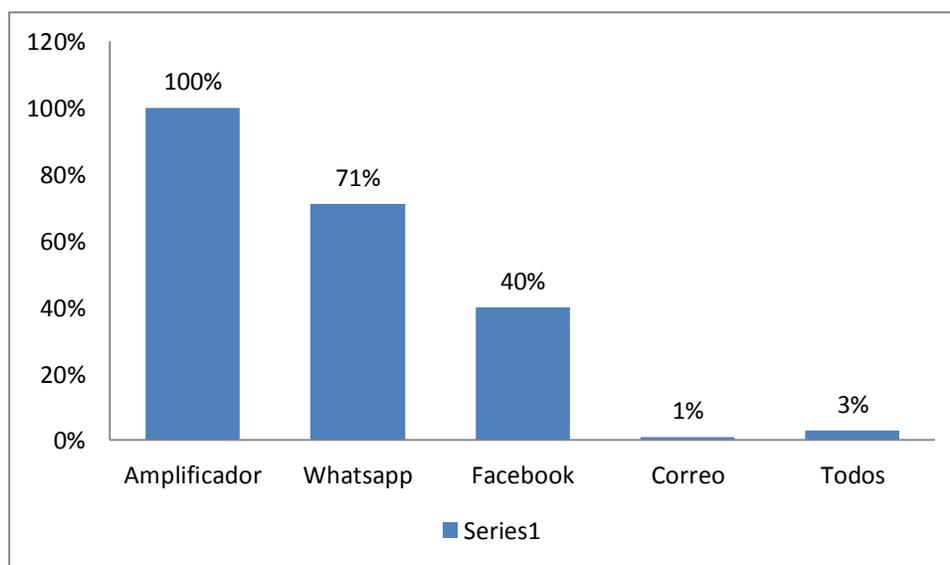


Figura 2. Porcentajes de los medios de comunicación de la empresa más conocidos.  
Fuente. Pasante del proyecto

Esta pregunta por su opción de respuesta abierta, ayudó a conocer cuál de todos los medios de comunicación empleados por la empresa es el más conocido, determinando que el amplificador de la parroquia por ser el primer medio de difusión empleado por los moradores de la Playa y el más reconocido, pero a su vez se notó que los usuarios identifican por lo menos un medio más como lo es el whatsapp , seguido del Facebook y un pequeño porcentaje que reconoce el correo o emplea todos los medios.

De las herramientas de comunicación ya mencionadas anteriormente ¿cuál utiliza más?

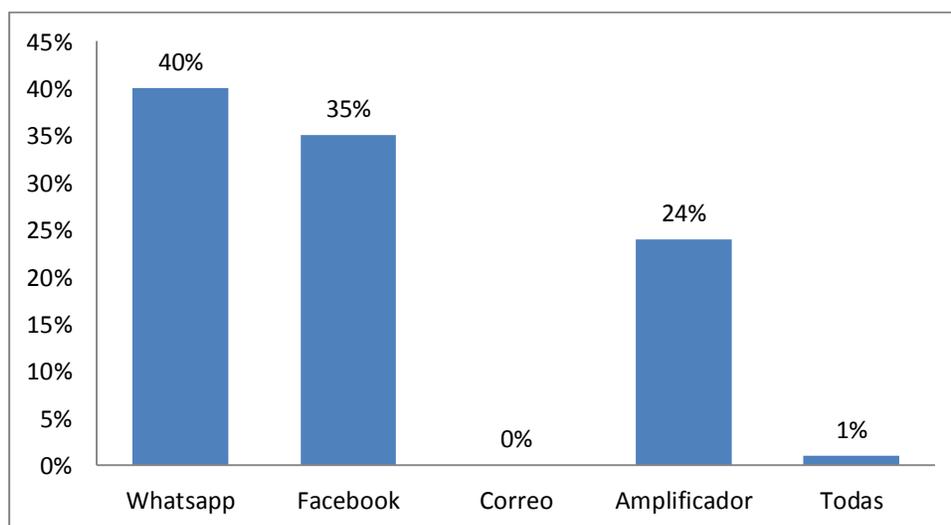


Figura 3. Herramientas de comunicación más utilizadas.

Fuente. Pasante del proyecto

El whatsapp con una totalidad de 40%, es el medio de comunicación utilizado con mayor frecuencia por los usuarios de la empresa COOSERPLAY, lo que convierte a esta herramienta en un efectivo medio para que la empresa envíe oportuna y eficazmente la información.

¿Señale con qué frecuencia utiliza cada una de ellas?

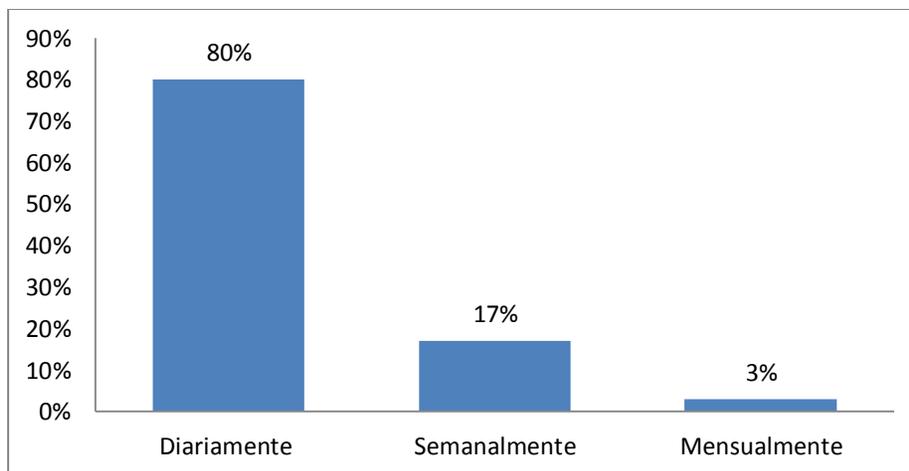


Figura 4. Frecuencia de utilización de las herramientas comunicativas.  
Fuente. Pasante del proyecto

Se determinó que diariamente es utilizado el medio más conocido por los usuarios, siendo este el whatsapp con un 80%.

¿A través de cuál de los medios de comunicación utilizados en la empresa, usted recibe mayor información en cuanto a las noticias, y las actividades que realizadas por la misma?

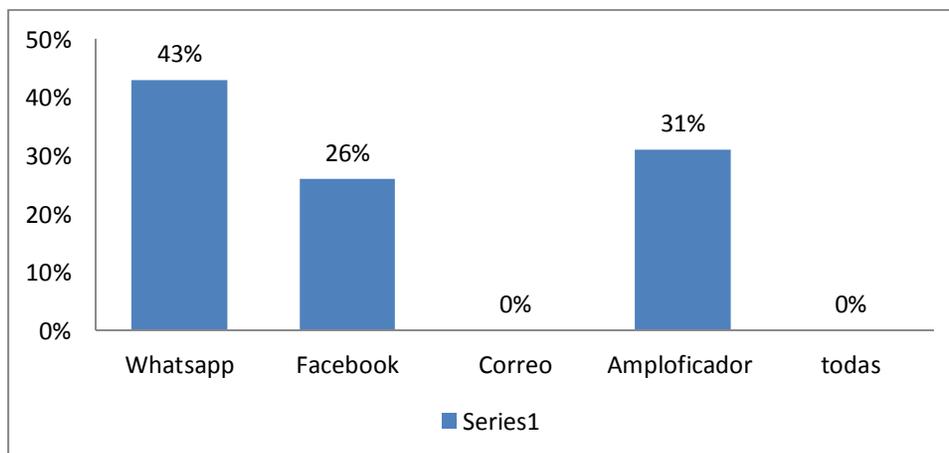


Figura 5. Medio de comunicación más eficaz de la empresa.  
Fuente. Pasante del proyecto

Con un porcentaje del 43%, el whatsapp se convierte en el medio de comunicación más eficaz para los usuarios a la hora de recibir información de la empresa.

¿Considera necesario que se implementen más medios de comunicación en la empresa?

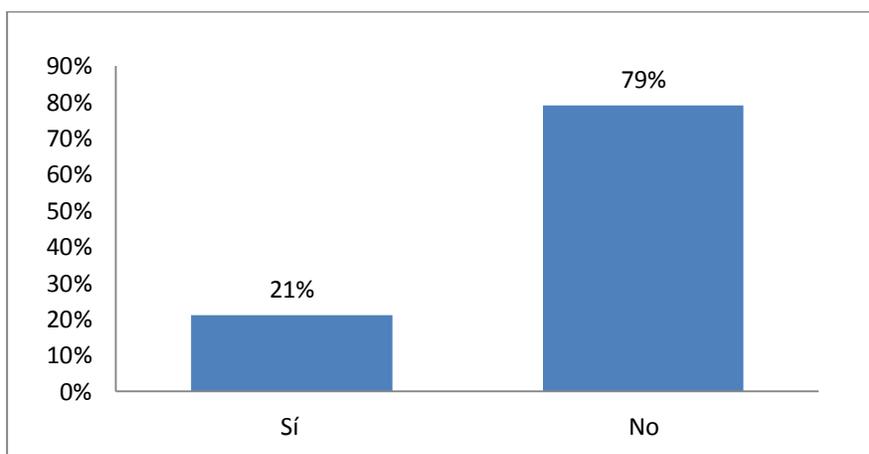


Figura 6. Implementación de medios de comunicación en la empresa.

Fuente. Pasante del proyecto

El 79% de los usuarios encuestados, consideran efectivos los medios de comunicación manejados por COOSERPLAY.

Si la respuesta es positiva ¿indique cuáles?

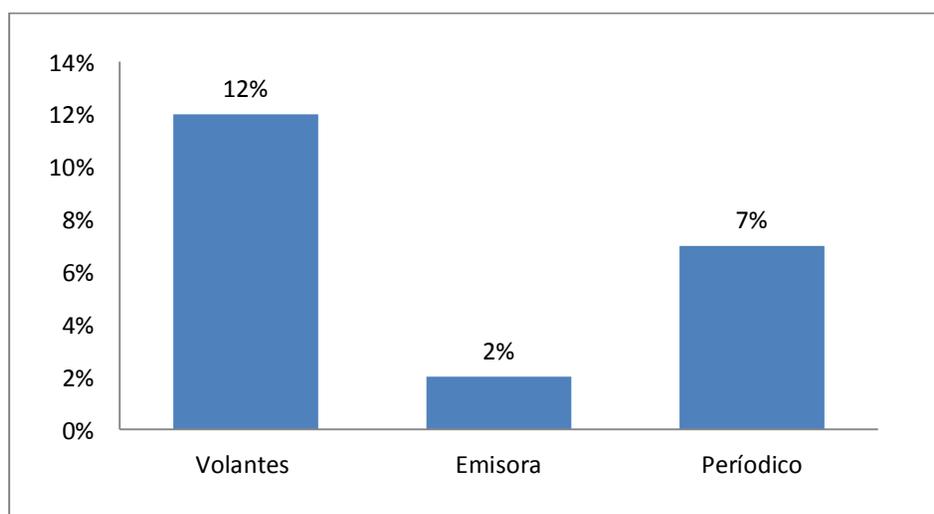


Figura 7 medios de comunicación a implementar.

Fuente. Pasante del proyecto

El 21% de los usuarios que dijeron que se implementara otros medios de comunicación para la empresa, consideran que los volantes serian una excelente herramienta de comunicación a tener en cuenta.

**Encuesta a los operarios de Cooserplay.** Complementando la investigación, se llevó a cabo una encuesta de 5 preguntas, a los operarios de la empresa, con el objeto de analizar su comunicación interna.

Los resultados fueron los siguientes:

¿Qué medios utiliza la empresa para comunicarse con el personal interno?

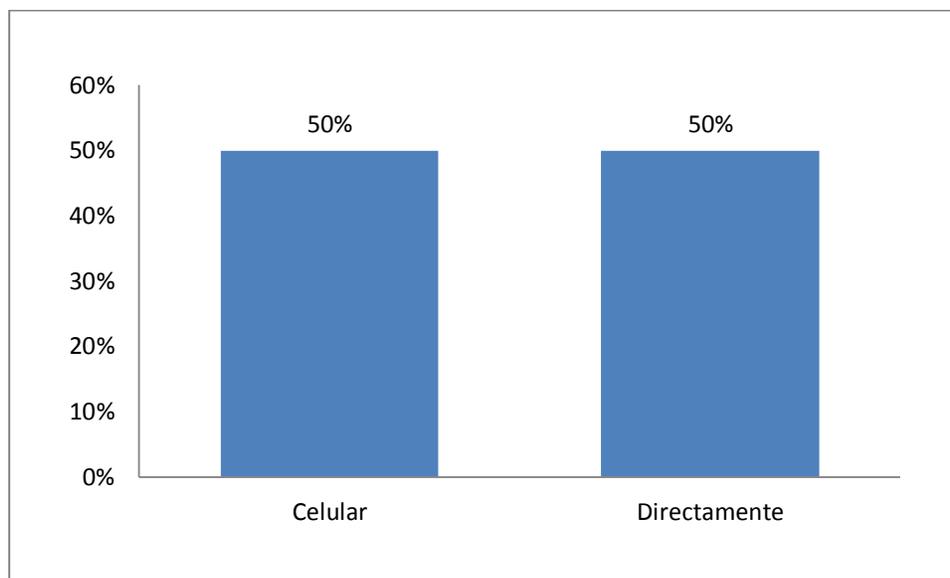


Figura 8. Medios utilizados para comunicarse con el personal interno.

Fuente. Pasante del proyecto

La empresa cuenta con dos empleados los cuales conforman la totalidad de un 100%, en donde un 50% de consideran que los medios de comunicación más efectivos que maneja la empresa para comunicarse con ellos, son el celular y el otro 50% considera que lo es la comunicación directa.

¿Indique con qué frecuencia se producen las siguientes afirmaciones?

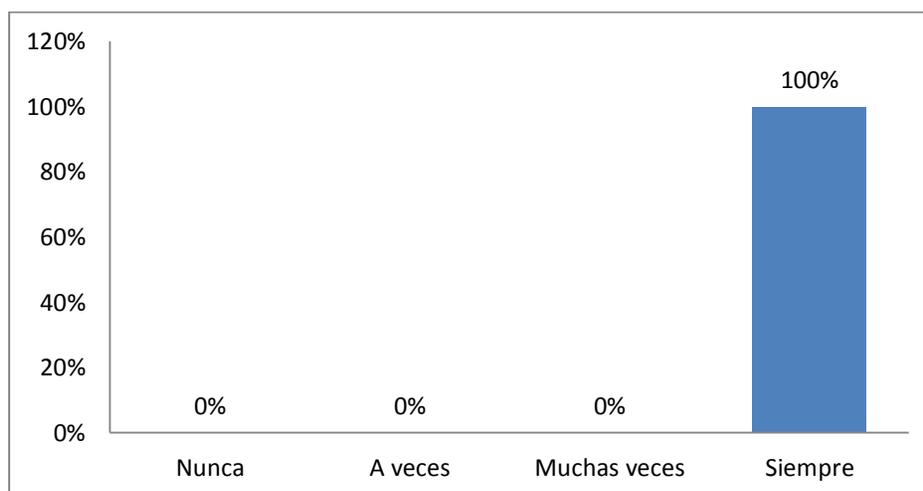


Figura 9. Comunicación oportuna para los empleados.

Fuente. Pasante del proyecto

Con una totalidad del 100% los operarios consideran que la empresa les comunica a tiempo sus requisitos y responsabilidades, para desempeñarlas eficazmente.

¿Mis superiores me convocan a reuniones de trabajo y socializaciones de las actividades que desarrolla la empresa?

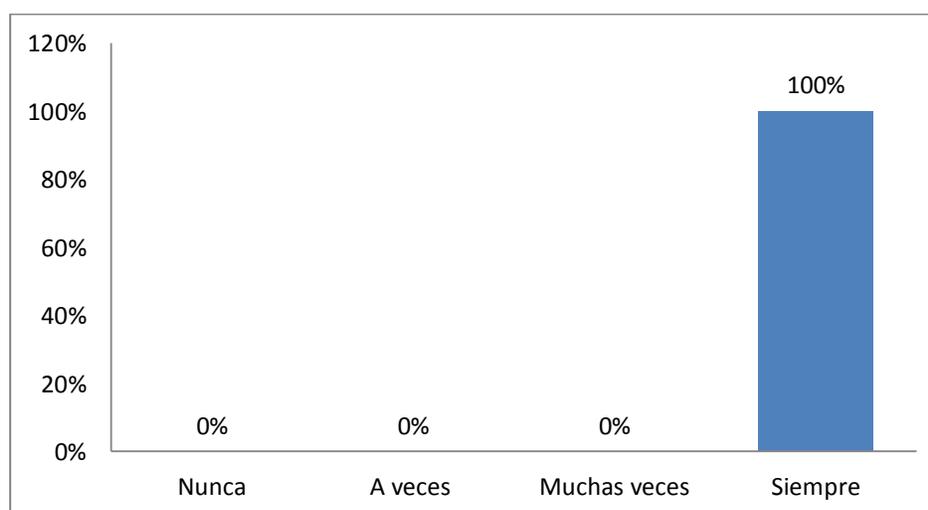


Figura 10. Participación de los empleados.

Fuente. Pasante del proyecto

Los operarios de la empresa, son tenidos en cuenta a la hora de la realización de reuniones de trabajo y socialización de las actividades desarrolladas por la empresa.

¿Existe una retroalimentación por parte de mi superior cuando surge algún problema dentro de la empresa?

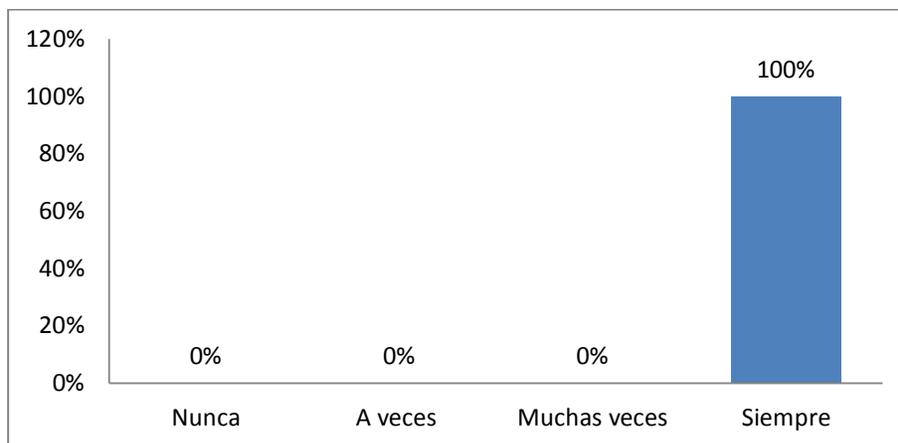


Figura 11. Retroalimentación gerente-empleado.

Fuente. Pasante del proyecto

Se evidencia una retroalimentación por parte de la gerente con sus empleados cuando se presentan problemas dentro de la empresa.

¿Transmito mi opinión y sugerencias a la empresa?

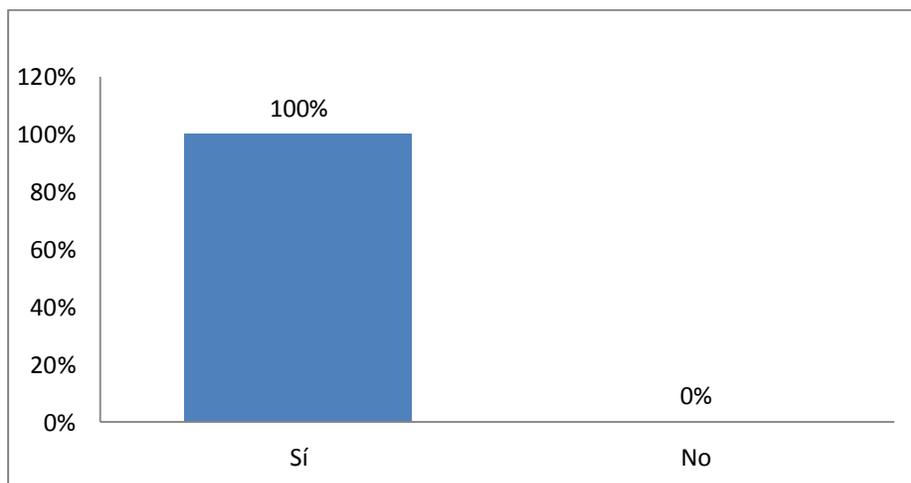


Figura 12. Participación de los empleados.

Fuente. Pasante del proyecto

Un porcentaje del 100% se corrobora que los usuarios transmiten su correspondiente opinión y sugerencias a la empresa.

¿Si la respuesta es positiva indique mediante cuál medio?

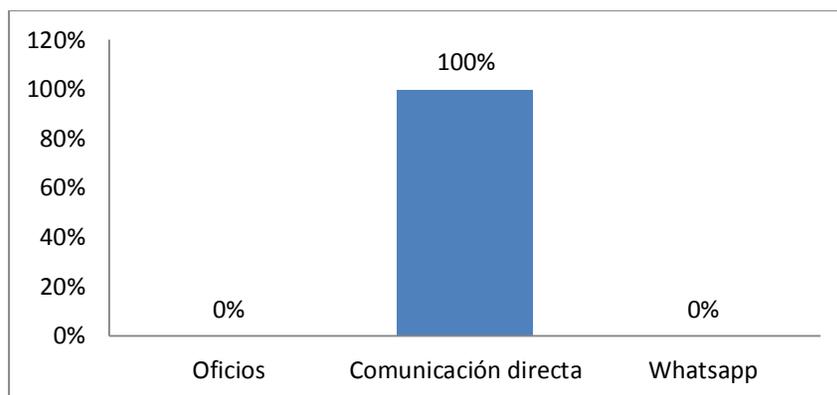


Figura 13. Medio de comunicación más efectivo.

Fuente. Pasante del proyecto

Con un 100% los operarios consideran que la comunicación directa es el medio más efectivo para transmitir sus opiniones y sugerencias.

De todas las herramientas que posee la empresa para estar en continuo contacto con sus empleados ¿cuál considera sea la más efectiva?

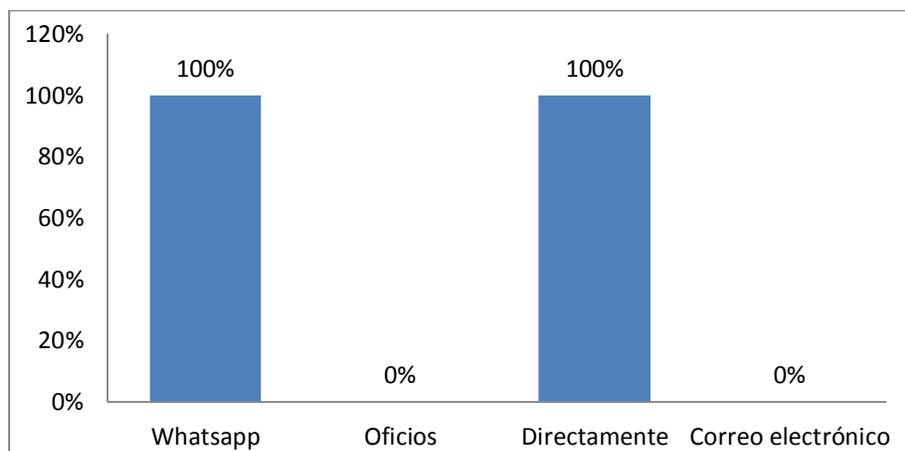


Figura 14. Herramienta más efectiva de la empresa, según los operarios.

Fuente. Pasante del proyecto

De las herramientas con las que cuenta la empresa, con un porcentaje del 50% son considerados el whatsapp y la comunicación directa como los canales de comunicación más efectivos para los operarios estar en continuo contacto con la empresa.

Cómo considera la comunicación entre empleado y jefe?

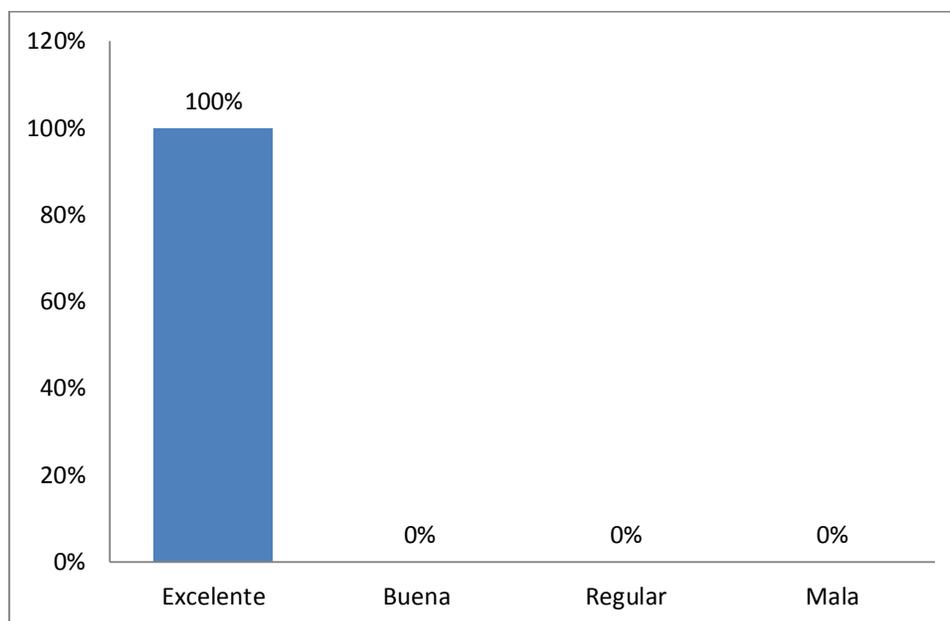


Figura 15. Comunicación entre empleado y jefe.

Fuente. Pasante del proyecto

Con un total del 100% los empleados de Cooserplay consideran que es excelente la comunicación que se maneja entre empleado y jefe.

**Encuesta a la Gerente de Cooserplay.** Se considera necesario el diseño y la elaboración de una encuesta para la gerente de la empresa, la cual consta de 6 preguntas.

¿Usted tiene en cuenta las necesidades, puntos de vista o sugerencias del personal de Cooserplay?

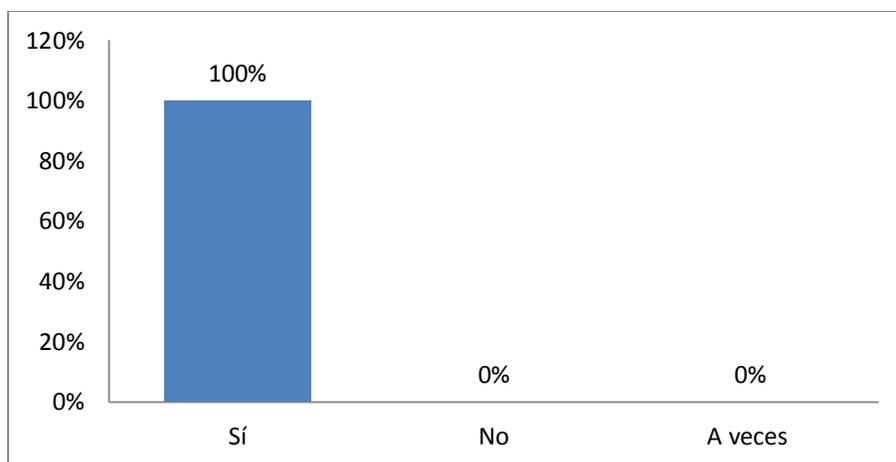


Figura 16. Articulación de los empleados en actividades de la empresa.  
Fuente. Pasante del proyecto

Se evidencia que la empresa tiene en cuenta a sus empleados y los articula a la empresa no sólo con su servicio operativo, sino que además los vincula y los apersona de la empresa.

¿Qué mecanismos emplea para comunicarse con los empleados y la Junta Directiva?

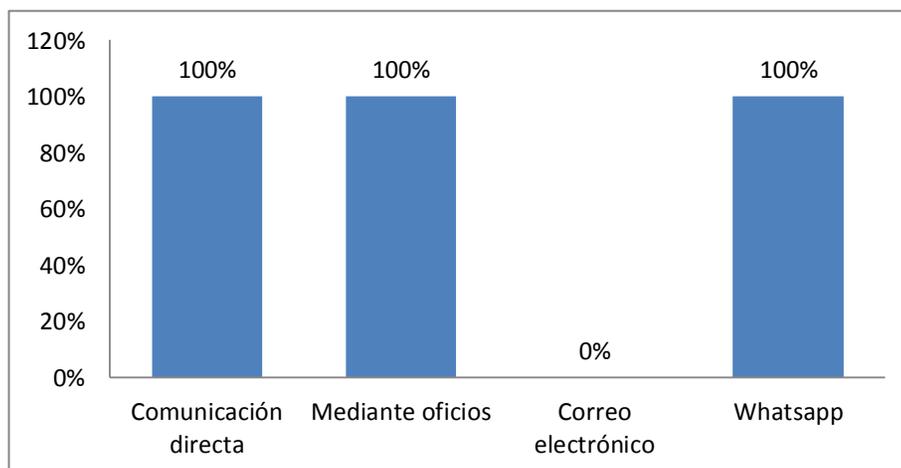


Figura 17. Medio de comunicación eficiente para la gerente.  
Fuente. Pasante del proyecto

La gerente de la empresa manifiesta que emplea en igual proporción la utilización de diferentes medios para dirigirse a sus directivos, tales como la comunicación directa, el whatsapp y los oficios.

¿Cómo considera la comunicación entre gerente y empleado?

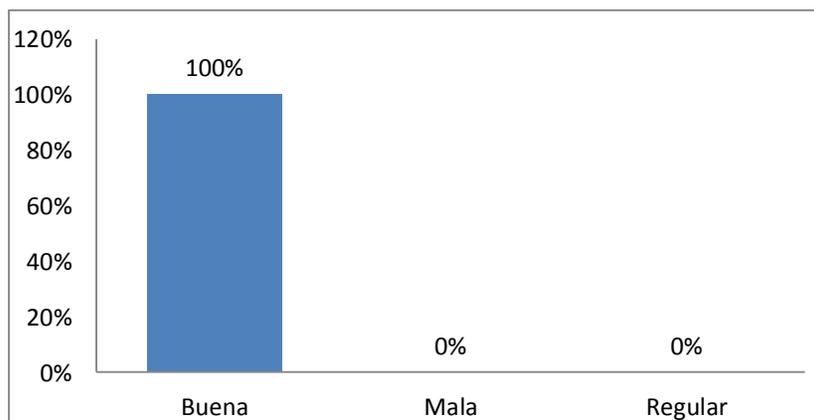


Figura 18. Comunicación entre gerente y empleado.

Fuente. Pasante del proyecto

La Gerente califica con un 100% la comunicación interna de la empresa como buena.

¿A través de cuál de los medios de comunicación que maneja la empresa, usted conoce las opiniones, quejas o reclamos de los usuarios de Cooserplay?

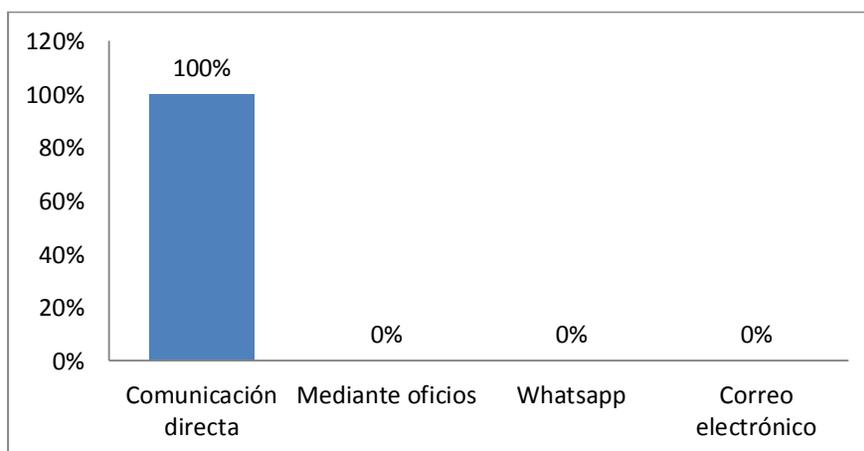


Figura 19. Medio de comunicación eficiente para conocer las opiniones de los empleados.

Fuente. Pasante del proyecto

La comunicación directa se convierte en el medio más utilizado por la gerente para conocer las peticiones, quejas y reclamos de los usuarios.

¿Dentro de la empresa cuál es el canal de comunicación que más emplea?

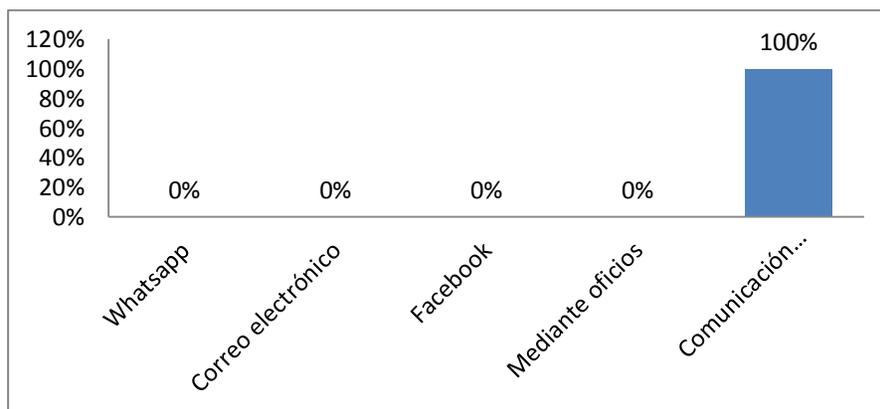


Figura 20. Medio de comunicación más empleado por la gerente.

Fuente. Pasante del proyecto

Dentro de COOSERPLAY es considerado la comunicación directa con un porcentaje del 100%, como el medio de comunicación más empleado.

¿Considera importante que se implementen más medios de comunicación en la empresa?

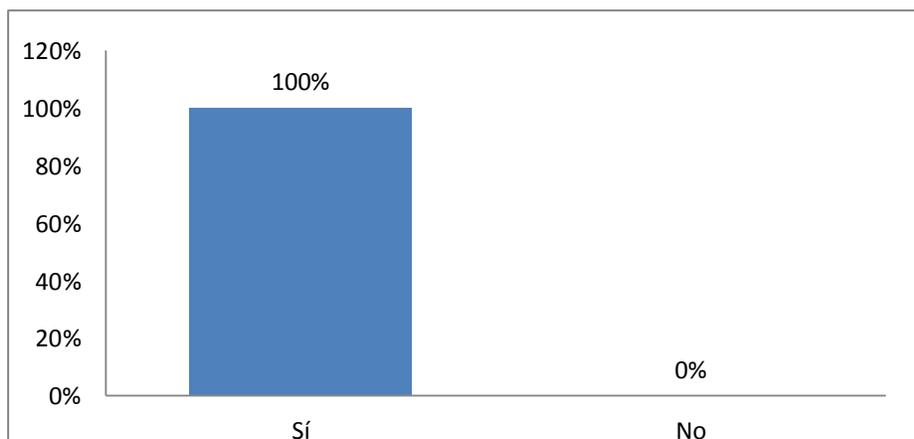


Figura 21. Implementación de nuevos medios de comunicación en la empresa.

Fuente. Pasante del proyecto

Con un 100% es considerado esencial implementar más medios de comunicación en la empresa.

¿Cuáles?

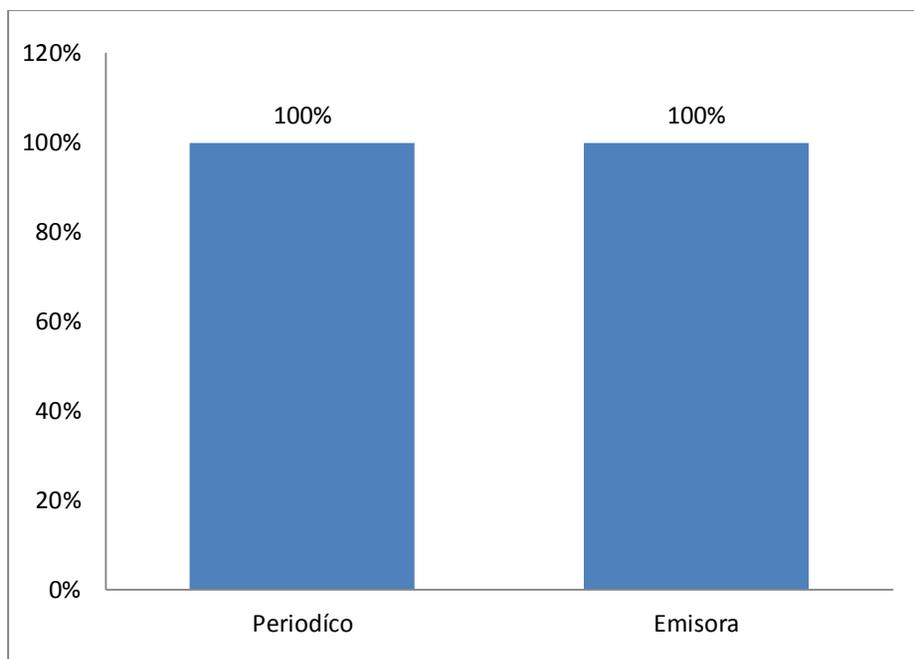


Figura 22. Medios de comunicación a implementar en la empresa.

Fuente. Pasante del proyecto

El periódico y la emisora en igual proporción, son considerados los medios de comunicación que deberían implementarse dentro de la empresa.

**Encuesta a la junta directiva de Cooserplay.** Esta encuesta se hace importante aplicar, para contribuir a la creación del manual de comunicaciones y aportar la comunicación interna de la empresa.

¿Conoce los medios de comunicación que maneja Cooserplay?

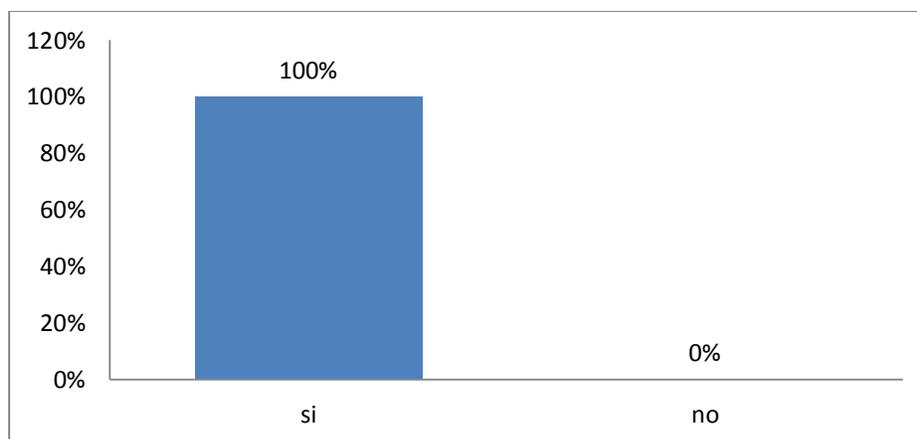


Figura 23. Conocimiento de los medios de comunicación manejados por la empresa.  
Fuente. Pasante del proyecto

La junta directiva de la empresa conoce en su totalidad los medios de comunicación que maneja COOSERPLAY.

Si la respuesta es positiva ¿seleccione que medios utiliza más?

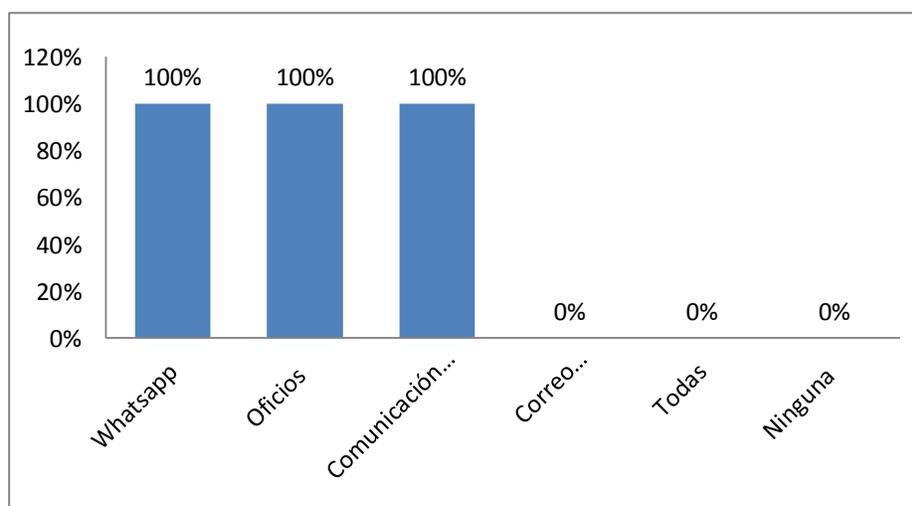


Figura 24. Medios más utilizados por la junta directiva.  
Fuente. Pasante del proyecto

Los medios de comunicación más usados por la junta directiva, son whatsapp, oficios y comunicación directa con un 100%.

¿Tiene participación activa en cuanto a las decisiones y las actividades que desempeña la empresa?

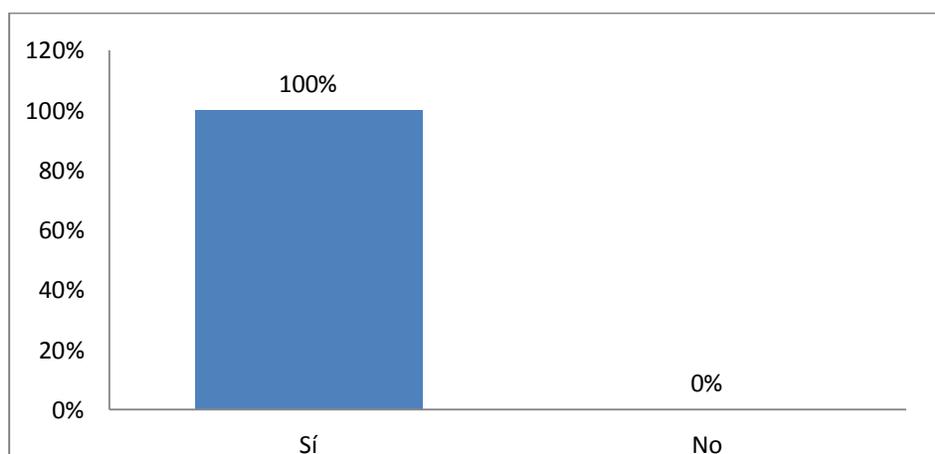


Figura 25. Participación activa de la junta directiva de la empresa.

Fuente. Pasante del proyecto

Con un 100% la junta directiva afirma por ser el órgano de administración de Cooserplay, tiene participación activa en cuanto a las decisiones y actividades que desempeña la empresa.

¿A través de cuál de los medios de comunicación que maneja la empresa, usted trasmite su opinión y sugerencias?

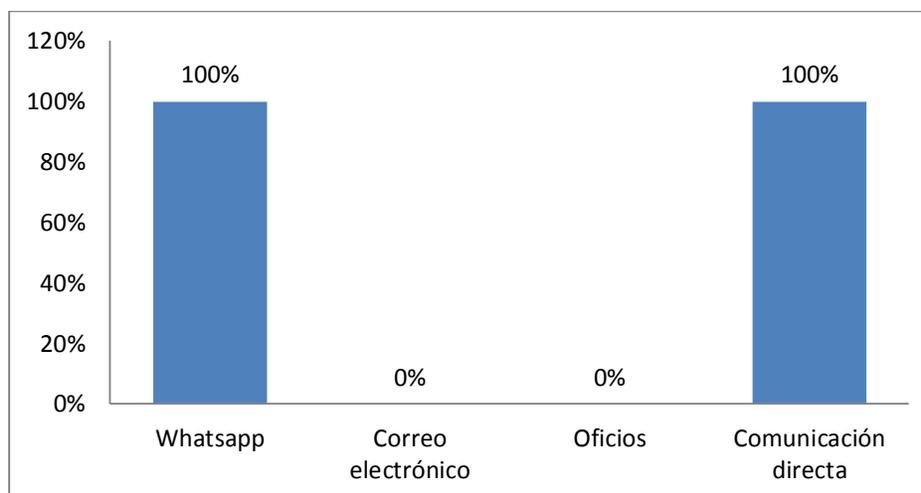


Figura 26. Medio de comunicación efectivo para la junta directiva

Fuente. Pasante del proyecto

El whatsapp y la comunicación directa, son los medios que más utilidad tienen a la hora de transmitir las opiniones y sugerencias por parte de la junta directiva.

¿Considera importante que se implementen más medios de comunicación en la empresa?

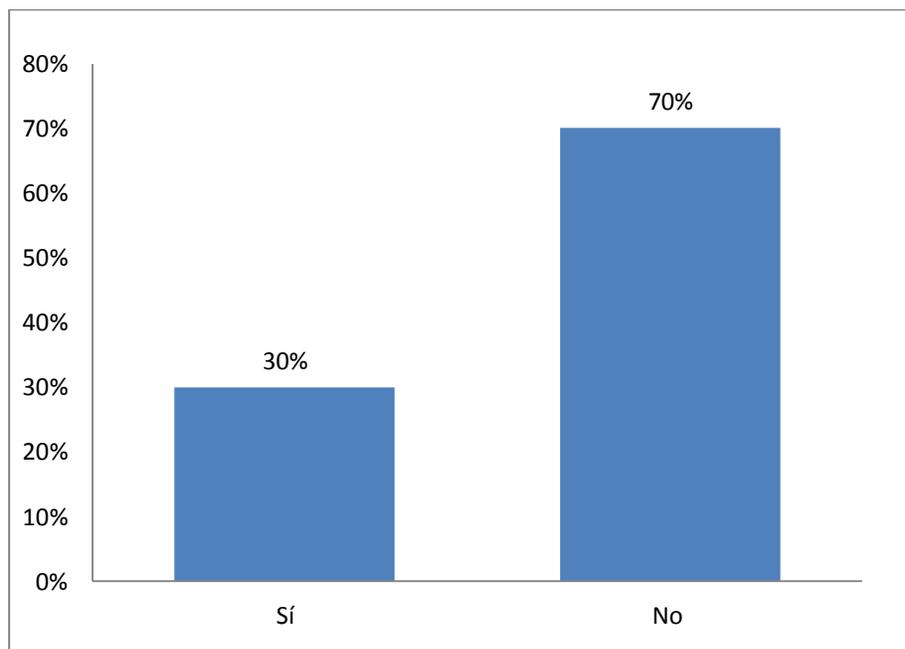


Figura 27. Consideración de la efectividad de los medios de comunicación de la empresa.  
Fuente. Pasante del proyecto

Con un porcentaje del 70%, por parte de la junta directiva se considera poco necesario la implementación de nuevos medios de comunicación en la empresa.

Si la respuesta es positiva ¿indique cual medio de comunicación debería implementarse?

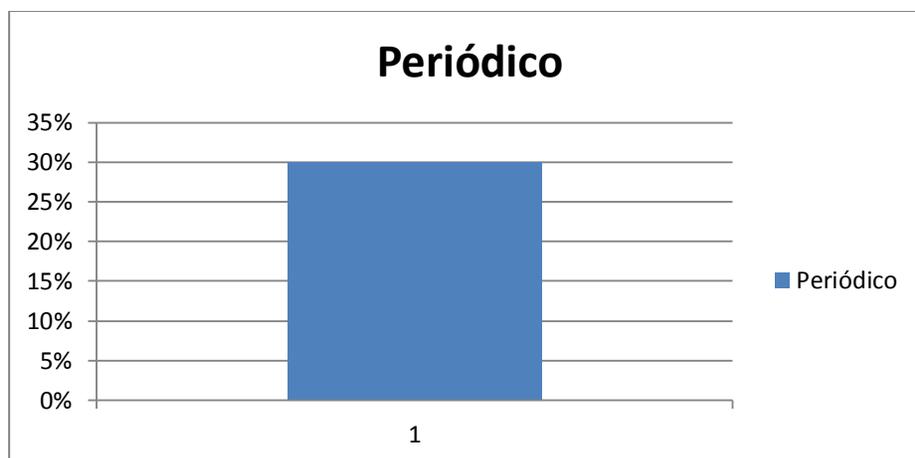


Figura 28. Medio de comunicación a implementar en la empresa.  
Fuente. Pasante del proyecto

Con un 70% La administración directiva, considera suficientes los medios de comunicación existentes, manejados por la empresa, mientras que con un porcentaje del 30%, consideran que se deberían implementar más medios de comunicación en Cooserplay, como lo sería el periódico.

¿Califique la comunicación existente entre la junta directiva y el gerente?

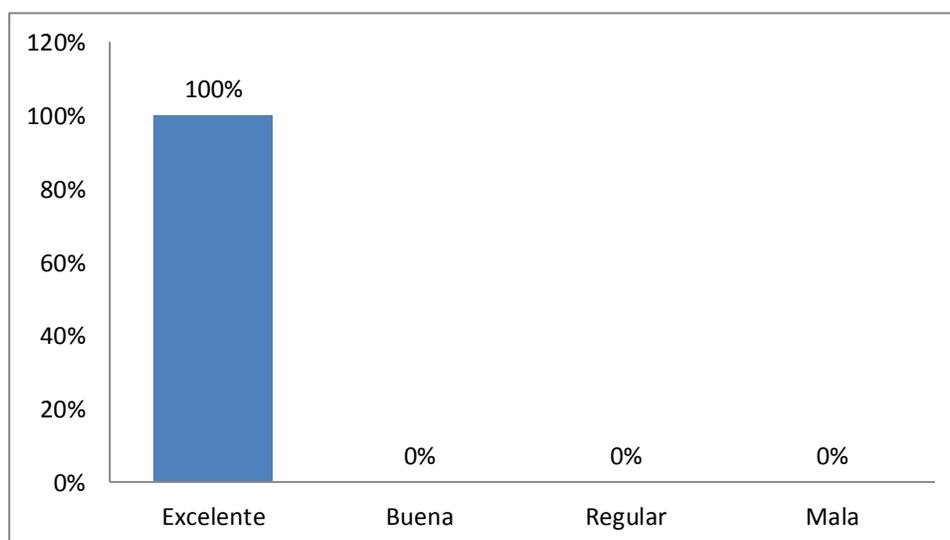


Figura 29. Comunicación existente entre la gerente y la junta directiva.  
Fuente. Pasante del proyecto

Con un total del 100%, es considerada excelente la comunicación existente entre gerente y consejo directivo.

**Análisis de contenido.** De los resultados obtenidos de las encuestas, se puede observar que la empresa emplea pocos medios de comunicación para transmitir la información a sus usuarios, pero que a pesar de ello se evidencia efectividad para transmitir la información.

Definitivamente el whatsapp es la principal herramienta comunicativa de la empresa, es la más utilizada por los usuarios y la de mayor incidencia a la hora de transmitir la información de manera efectiva.

A pesar de que esta herramienta tecnológica esté siendo muy efectiva, también debe tenerse en cuenta al pequeño número de usuarios que no cuenta con este medio de comunicación, por la edad, por el nivel educativo, es necesario realizar una complementación con otros canales, con el fin de llegar a un mayor porcentaje de usuarios.

Luego de analizar las características de la población, se estima que herramientas como volantes y periódico, sería una buena opción que permitiría fortalecer la difusión informativa a una mayor población.

Otro de los elementos comunicativos con los toda la comunidad cuenta, es el amplificador de la parroquia, el cual a pesar de ser un antiguo medio que no es del todo efectivo dado que en ocasiones hay usuarios que no se encuentran en sus viviendas a la hora de la transmisión del

mensaje sigue siendo una muy buena herramienta que no debe desconocerse a la hora transmitir información importante y que hasta el momento ha sido de gran ayuda para COOSERPLAY.

En cuanto a la comunicación interna, se observa un buen clima organizacional entre todos los integrantes de la misma, pues al ser esta una empresa pequeña, se facilita la comunicación en forma efectiva tanto con los órganos directivos como con sus empleados.

Teniendo en cuenta que de Cooserplay es una empresa prestadora de servicios públicos y que por su objeto social debe permanecer en contacto permanente con sus usuarios, es muy importante que el área de la comunicación se mantenga actualizada y que siempre se fortalezcan los diferentes canales utilizados para brindar una efectividad a la hora de transmitir la información.

**Objetivo específico 2.** Proponer canales viables y reforzar los existentes, para fortalecer la comunicación interna y externa de la empresa

**Actividad 1.** Fortalecer los medios de comunicación más usados en la empresa para transmitir de forma óptima la información a los usuarios.

Tabla 4. *Análisis de los medios de comunicación de la empresa*

<b>MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE COOSERPLAY</b>	<b>ANÁLISIS DE SU EFECTIVIDAD</b>
	Este medio de comunicación es uno de los más usados por los usuarios e integrantes de la empresa COOSERPLAY, ya que tiene mayor incidencia y efectividad a la hora de transmitir y recibir la información, las actividades y

Tabla 4. (Continuación)

WHATSAPP	<p>objetivo de la empresa de servicios públicos. Por tanto se realizó una actividad llamada “casa a casa” cuyo fin, fue involucrar a más usuarios a la lista de difusión de whatsapp que maneja la empresa, pidiendo sus números telefónicos y brindando una pequeña charla de la importancia de estar al tanto de las actividades desempeñadas por la empresa y que mejor que por uno de los medios con los que gran porcentaje de la comunidad cuenta. Información obtenida a través de la realización de encuestas aplicadas a los mismos.</p>
Tabla 3. (Continuación)	<p>El Facebook, aunque es conocido por varias personas, no es considerado como una herramienta de comunicación efectiva para conocer la información suministrada por la empresa, ya que muchos de los usuarios no cuentan con esta o incluso no la conocen.</p>
FACEBOOK	<p>Por lo que se considera de vital importancia reforzarla y darla a conocer y de esta manera vincular a más usuarios y otras entidades para que conozcan las labores ambientales que se llevan a cabo, y la información respecto a sus servicios.</p>
AMPLIFICADOR DE LA PARROQUIA	<p>Otro de los medios de comunicación efectivos para recibir la información de la empresa es el amplificador, el cual es escuchado por la mayoría de los usuarios, y aunque carezca de un sonido poco adecuado para escuchar con toda claridad la información, ha sido de gran ayuda para la empresa a la hora de dar a conocer los avisos importantes de la empresa.</p>
COMUNICACIÓN DIRECTA	<p>En cuanto a la comunicación directa, es el canal de comunicación más utilizado por los operarios, la gerente y la junta directiva, para estar al tanto de los objetivos, información y actividades que desempeñaran en la misma. Y al ser esta una empresa pequeña se facilita su comunicación interna, dejando este medio como uno de los más usados y de mayor efectividad.</p>
OFICIOS	<p>Los medios escritos como los oficios, hacen parte de la herramienta comunicativa interna de la empresa, cuyo uso no es tan frecuente pero sí importante para el desempeño de la comunicación interna.</p>

Tabla 4. (Continuación)

CORREO ELECTRÓNICO	Según los resultados de las encuestas realizadas, se puede apreciar que este canal es el menos utilizado tanto por los usuarios como los integrantes de la empresa, pues no lo consideran como una herramienta informativa efectiva.
Fuente. Pasante del proyecto	

**Actividad 2.** Proponer nuevos métodos de comunicación adecuados para el buen funcionamiento de la comunicación interna de la empresa.

La empresa Cooserplay, al ser una empresa prestadora de servicios públicos, le es de vital importancia la implementación de nuevos canales de comunicación para poder llegar en una totalidad al público con los acontecimientos importantes de la empresa.

La transmisión de la información es una actividad diaria y de gran importancia, se considera importante realizar una propuesta de implementación de nuevos medios de comunicación como el volante informativo y un periódico escrito, considerados medios eficaces para la empresa a la hora de brindar una adecuada información de sus servicios y actividades., además de ser recomendados por los usuarios, permitiendo de esta forma alcanzar los objetivos institucionales de la empresa y su crecimiento a nivel competitivo con las demás empresas prestadoras de servicios públicos del departamento.

**Volante informativo.** El volante es una herramienta de comunicación impresa, mediante el cual se da a conocer información, noticias y o actividades desempeñadas por la empresa a sus usuarios.

La información contenida debe ser relevante, confiable y muy clara, con un diseño atractivo y lo más resumida posible para lograr que el destinatario final lea todo su contenido.

Este medio resulta muy efectivo y asequible a todos los usuarios, pues teniendo en cuenta el tamaño del Municipio, éste puede ser entregado casa a casa y de manera gratuita.

**Periódico impreso.** El periódico impreso se encarga de presentar información relacionada con los acontecimientos importantes ocurridos en la empresa, convirtiéndose en el vehículo de comunicación más completo dentro y fuera de la misma, ya que su función será dar a conocer a los usuarios los objetivos, actividades y o noticias de la empresa, vinculando conjuntamente a los públicos internos y externos a los cuales va dirigido.

Esta herramienta se publicará anualmente y en él se recogerá la información más importante realizada en todo el año por COOSERPLAY, permitiendo que el público conozca la primordial labor que desempeña la empresa en pro de la comunidad y el medio ambiente y de esta forma se sientan identificados y apropiados con la empresa.

Debido que, la empresa necesita dar a conocer sus funciones, servicios y sus actividades de manera eficiente y este medio contribuiría a difundir la información a gran parte de la población del municipio, el cual se realizará de manera clara, concisa y será gratuita.

**Blog.** Una de las herramientas esenciales que ofrece internet para establecer un correcto flujo de comunicación con los usuarios, es el blog, el cual se encarga de manejar una opción

sencilla y rápida de transmitir la información, las actividades y los servicios desarrollados en la empresa.

Así mismo, se llevará a cabo de manera gratuita, ofreciendo más oportunidades de inversión en otros medios de comunicación efectivos para la empresa.

Debido que, la empresa necesita dar a conocer sus funciones, servicios y sus actividades de manera eficiente y este medio contribuiría a difundir la información a gran parte de la población del municipio, el cual se realizará de manera clara, concisa y será gratuita

**Objetivo específico 3.** Diseñar y elaborar un manual de comunicaciones para la empresa

**Actividad 1.** Determinar el diseño que llevará el manual, colores y tipografía que serán utilizados.

Para llevar a cabo el diseño del manual se tuvo en cuenta los colores corporativos los cuales son (blanco, azul oscuro y azul claro) y la tipografía que maneja la empresa siendo esta (tahona) en los tamaños que oscila entre los 12 puntos para el texto y 14 puntos para el encabezado.

Así mismo el diseño se realizó de acuerdo a las características de la empresa, esto con el fin de no perder su esencia corporativa y que los mismos integrantes de COOSERPLAY se

sientan identificados y se apropien de esta herramienta comunicativa que servirá como guía para reforzar su comunicación interna y externa.

**Actividad 2.** Siguiendo las normas estipuladas, se incluirá la información recolectada para el manual de comunicaciones

La información utilizada para elaborar el manual de comunicaciones, se basa en documentos de internet confiables de su procedencia, referentes a las estrategias de comunicación interna y externa para ser utilizadas en la empresa de servicios públicos de COOSERPLAY; del mismo modo, estarán consignadas algunas consideraciones generales de la comunicación y la manera correcta de aplicarlas en una organización.

Con este manual se pretende lograr la apropiación por parte de los integrantes de la empresa al seguir las orientaciones estipuladas en el manual para el fortalecimiento de la comunicación de la empresa y a la correcta difusión de la información.

**Actividad 3.** A través del programa editor COREL DRAW, se realizarán las piezas gráficas que componen el manual

Utilizando la herramienta tecnológica de acuerdo a los conocimientos adquiridos en la universidad, se diseñaron las piezas gráficas que contendrá el manual, con un diseño moderno, y atractivo de leer, pues se usó una tipografía de tamaño de 11 puntos y un tipo de letra llamativo (Tahoma) el cual es un modelo de sans serif, de gran legibilidad para su lectura, y con la que se

plasmará información relevante, concisa y precisa de las herramientas comunicativas a aplicar en la empresa, así mismo se incluyeron ilustraciones para no convertir monótona su lectura y lograr que los integrantes de la empresa lean todo su contenido.

**Objetivo específico 3.** Medir el impacto de la propuesta.

Actividad 1. Elaborar una encuesta a una muestra aleatoria de los integrantes de la empresa Cooserplay.

Para esta actividad, se realizaron encuestas a la gerente de la empresa y la junta directiva, con el fin de identificar la percepción de la implementación de la herramienta comunicativa (manual de comunicaciones), para ser ejecutado en la empresa.

**Actividad 2.** Procesamiento y análisis de las encuestas, para determinar si se cumplió con el objetivo planteado.

Luego de la aplicación de las encuestas se procederá a realizar el análisis respectivo para saber la percepción que tienen la junta directiva y la gerente respecto a la implementación del manual de comunicaciones.

**Encuesta a la junta directiva y la gerente de Cooserplay.** Se consideró relevante la aplicación de una encuesta a la Junta directiva y la gerente de la empresa, para medir el nivel de

aceptación del manual de comunicaciones elaborado para la misma, con el cual se busca definir los lineamientos que permitan fortalecer los procesos comunicativos de la empresa.

Esta encuesta se aplicó sólo a los órganos directivos de la Institución, con el fin de medir los niveles de aceptación para lograr que sea adoptado por la empresa.

¿Cómo considera el manual de comunicaciones que se implementó en la empresa COOSERPLAY, para el mejoramiento de su comunicación interna y externa?

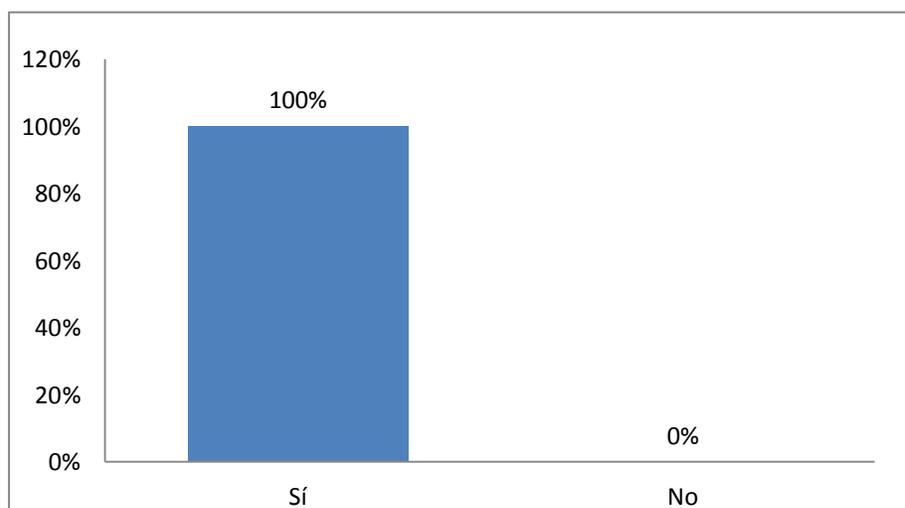


Figura 30. Aceptación de la implementación del manual de comunicaciones en la empresa  
Fuente. Pasante del proyecto

Con un porcentaje total del 100% es considerado oportuno la implementación del manual de comunicaciones con el fin de reforzar su comunicación.

¿Considera que el contenido del manual en cuanto a sus estrategias de comunicación interna y externa y demás consideraciones generales de la comunicación son relevantes para implementarlas en la empresa?

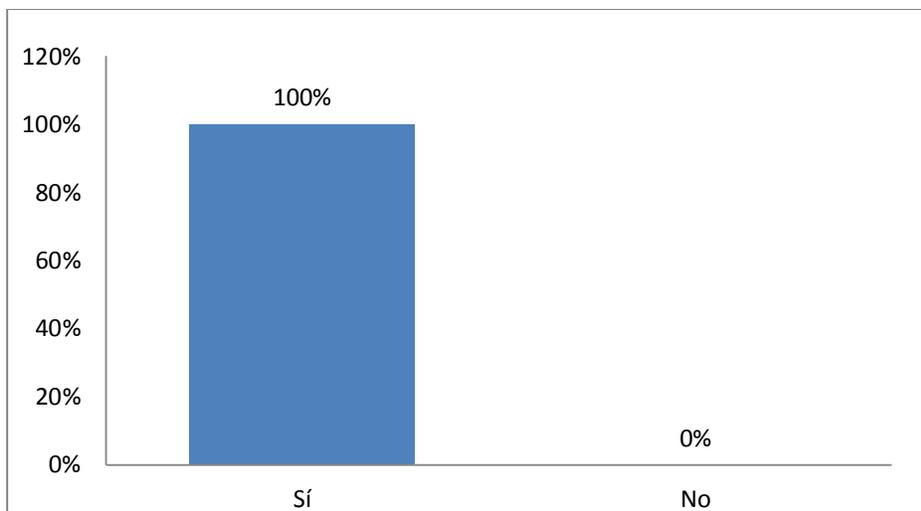


Figura 31. Aprobación De La Información Suministrada En El Manual  
Fuente. Pasante del proyecto

El total de los encuestados consideran relevante el contenido del manual para su implementación en la empresa.

¿Cree usted que el diseño empleado para el manual de comunicaciones, se ajusta a las políticas de la empresa?

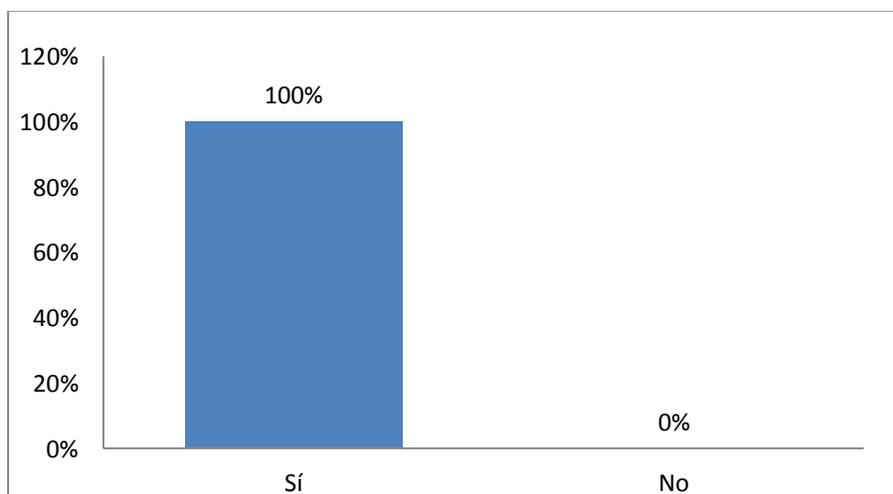


Figura 32. Aprobación del diseño del manual de comunicaciones  
Fuente. Pasante del proyecto

Con una aprobación del 100 % tanto la junta directiva como la gerente de la empresa, opinan que lo estipulado en el manual se ajusta a las políticas de la empresa como también a sus necesidades en cuanto al mejoramiento de la comunicación en la empresa.

. ¿Considera que el manual de comunicaciones es efectivo para reforzar la comunicación interna y externa de la empresa?

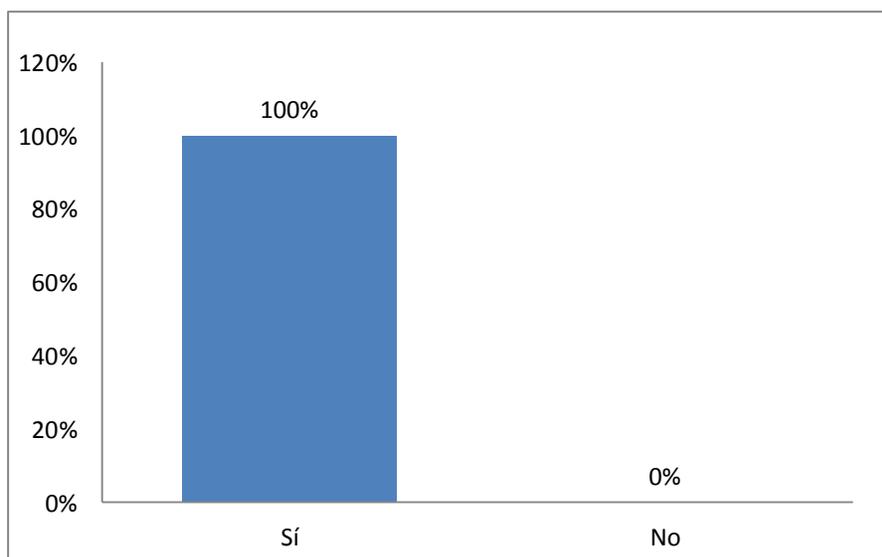


Figura 33. Manual de comunicaciones considerado como herramienta comunicativa efectiva  
Fuente. Pasante del proyecto

Con un total del 100% es considerado el manual de comunicaciones como una herramienta efectiva para reforzar la comunicación interna y externa de la empresa.

¿Están dispuestos a estipular mediante un acuerdo la implementación del manual de comunicaciones en la empresa?

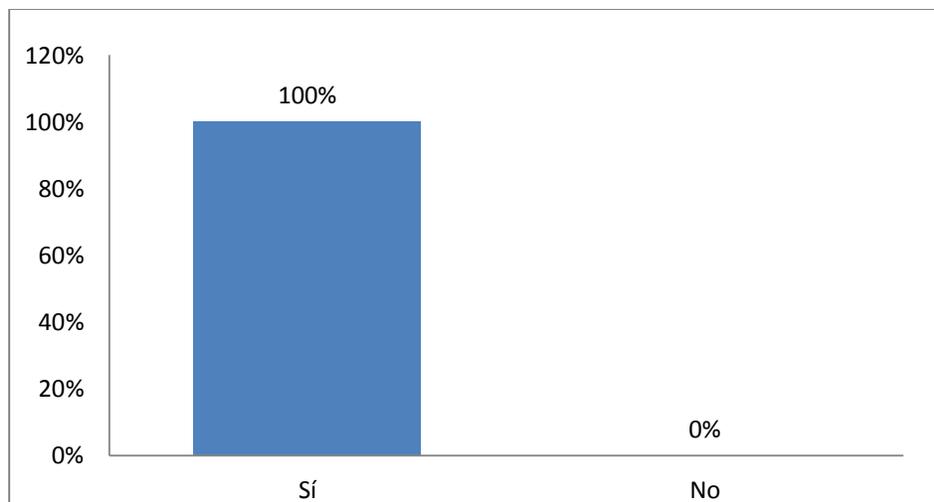


Figura 34. Estipulación de acuerdo de la junta directiva para implementación del manual de comunicaciones  
Fuente. Pasante del proyecto

La junta directiva aprueba con un total de 100% la realización de un acuerdo para la implementación del manual de comunicaciones en la empresa.

**Análisis de contenido.** De los resultados arrojados en las encuestas, se puede determinar la total aceptación por parte de la junta directiva y la gerente de la empresa Cooserplay, en cuanto a la implementación del manual de comunicaciones como herramienta comunicativa para el fortalecimiento de la comunicación interna y externa de la empresa.

A pesar que no pudo ser ejecutado por el corto tiempo, la junta directiva dio su total aprobación, a través de un acuerdo en el que se estipulara la aceptación de la implementación de esta herramienta comunicativa dentro de la empresa.

Así mismo es considerado efectivo como una guía, pues este cuenta con un diseño atractivo y completo de las estrategias comunicativas internas y externas para el mejoramiento de su comunicación sin perder las políticas e identidad de la empresa.

## Capítulo 4. Diagnóstico final

En el lapso de tiempo que se realizó la pasantía en la empresa de servicios públicos de La Playa de Belén Cooserplay, se logró observar que esta necesita fortalecer las herramientas de comunicación internas y externas para lograr mejorar la fluidez de la comunicación interna y la forma como se transmite la información a sus usuarios.

Para ello se definieron diferentes estrategias que permitirán su fortalecimiento tales como un la implementación manual de comunicaciones, utilización de nuevos medios de comunicación y el refuerzo de los existentes.

Otro aspecto fundamental de apoyo en la empresa, fue el acompañamiento en todas las actividades sociales de la misma tales como: celebración de fechas ambientales, realización de charlas a la comunidad y visitas casa a casa; así mismo la publicación de las evidencias de los eventos en las redes sociales que maneja la empresa.

## 5. Conclusión

Culminando este proyecto en la empresa de servicios públicos de La Playa de Belén Cooserplay, se pudo determinar a través del diagnóstico realizado para conocer el estado de la comunicación actual en la empresa, que esta debía ser reforzada tanto internamente como externamente, para lograr transmitir las noticias, información y actividades desempeñadas por la misma, de una manera concisa y precisa, en donde se transmitan contenidos de interés y calidad.

Así mismo se identifica que la empresa por brindar servicios públicos debe estar en continuo contacto con la comunidad, por lo que le es fundamental reforzar los medios de comunicación existentes e implementar nuevos además del manual de comunicaciones que tiene como objetivo primordial reforzar la comunicación entre los factores internos y externos de la empresa, sirviendo como una guía para que los directivos, público al que va dirigido puedan usar la comunicación de una forma factible, teniendo en cuenta la accesibilidad para la empresa y la efectividad para los usuarios.

Finalmente, se procede a medir el impacto de la propuesta para conocer su efectividad, la cual por motivo del corto tiempo de la pasantía no pudo ser implementada, pero si acogida por la empresa con total aceptación para su aplicación, logrando que Cooserplay alcance sus objetivos corporativos y comunicacionales, buscando vincular a todos los públicos tanto internos como externos y haciéndolos participes en el desarrollo y flujo de la información dentro y fuera de la organización.

## 6. Recomendaciones

La empresa Cooserplay, por ser una entidad prestadora de servicios públicos, debe tener como prioridad en sus objetivos su relación con sus usuarios. Es por ello que se recomienda en la parte interna de la comunicación de la empresa que se continúen haciendo más reuniones y socializaciones con mayor frecuencia teniendo en cuenta las capacidades económicas de la empresa estas deberán ser anuales, para lograr que de esta manera los empleados se mantengan informados de las diferentes actividades desarrolladas, así mismo se haga evaluación sobre las actividades desempeñadas por cada una de ellos y exista una retroalimentación para lograr mejorar los procesos con la participación de los mismos empleados, de igual forma se recomienda la implementación de estímulos, esto con el fin de crear en los empleados un sentido de pertenencia por la empresa y de manera indirecta lograr que se mejore su rendimiento, de otra parte cabe resaltarla importancia de la formación permanente con los empleados de la empresa ya que estos son los principales transmisores de la información a los usuarios y por ello deben capacitarlos con respecto a la forma como deben relacionarse con la comunidad.

En cuanto a la comunicación externa de la empresa la actividad del casa a casa debería continuarse con el fin de recolectar más números para agregar a la lista de difusión del grupo de whatsapp que maneja la empresa, pues este medio demostró ser efectivo a la hora de dar a conocer la información inmediata de la misma, respecto a los medios de comunicación propuestos en el proyecto como el volante informativo, el periódico impreso y el blog, deben seguirse alimentando para transmitir de una forma óptima la información de Cooserplay.

Con relación al manual de comunicaciones, debe tenerse en cuenta lo estipulado, pues allí se especifican los medios que de acuerdo al tamaño de la empresa y su capacidad económica pueden utilizar y de manera efectiva lograr el objetivo empresarial.

Pues en toda empresa es muy importante que exista una retroalimentación con sus empleados para la obtención de excelentes resultados, como también la existencia de un buen flujo de comunicación con su público objetivo (usuarios) que le permita a Cooserplay la apropiación y fidelidad por parte de los usuarios con la empresa y los servicios que esta ofrece.

## Referencias

- Asamblea Nacional Constituyente. (1991). *Constitución Política de Colombia*. Recuperado el 30 de noviembre de 2017, de <http://www.registraduria.gov.co/IMG/pdf/constitucio-politica-colombia-1991.pdf>
- Comunidad Andina de Naciones, .. (1982). *Ley sobre derechos de autor*. Recuperado el 20 de noviembre de 2017, de [http://www.cerlalc.org/derechoenlinea/dar/leyes\\_reglamentos/Colombia/Ley\\_23.htm](http://www.cerlalc.org/derechoenlinea/dar/leyes_reglamentos/Colombia/Ley_23.htm)
- Constitucioncolombia. ( s.f). *Constitución Política de Colombia*. Recuperado el 30 de noviembre de 2017, de <http://www.constitucioncolombia.com/titulo-2/capitulo-1/articulo-20>
- Cooserplay. (2009). *Diagnóstico institucional empresa COOSERPLAY*. La Playa de Belén: S.E.
- Miller, G. (s.f.). *Marco teórico*. Recuperado el 30 de noviembre de 2017, de [http://catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lad/barba\\_g\\_f/capitulo2.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/barba_g_f/capitulo2.pdf)
- Munera. (2002). *Manual* . Recuperado el 20 de noviembre de 2017, de <http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/22008/capitulo2.pdf>
- Pérez, R. A. (2012). *Comunicación estratégica: sí claro*. Recuperado el 20 de noviembre de 2017, de <http://www.tendencias21.net/estrategar/docs/Metacomunicacion%202012.pdf>

# Apéndices

## Apéndice A. Evidencias fotografías:

Encuesta a los operarios de la empresa COOSERPLAY



Fotografía 1



fotografía 2

Encuestas a la gerente de COOSERPLAY



Fotografía 3

## Encuestas a los usuarios de COOSERPLAY



Fotografía 4



fotografía 5



Fotografía 6



Fotografía 7

## Encuestas a la Junta Directiva de COOSERPLAY



Fotografía 8

## Visita casa a casa de los usuarios para la recolección de información



Fotografía 9



Fotografía 10



Fotografía 11



Fotografía 12

Cubrimiento del evento del día del árbol



Apoyo en jornada para el ahorro insuficiente del agua



Fotografía 15

Apéndice B. Formato de encuestas a los usuarios de la empresa COOSERPLAY/ fuente pasante



Administración Pública Cooperativa  
de Servicios Públicos de La Playa de Belén

NIT: 900.088.786-3

A través de esta encuesta se pretende obtener el estado en el que se encuentra la comunicación interna y externa de la administración de servicios públicos COOSERPLAY.

1. Señale cuál de los siguientes medios de comunicación de la empresa COOSERPLAY usted conoce?

- a. Facebook
- b. Whatsapp
- c. Correo electrónico
- d. Amplificador de la parroquia San José
- e. Todas

2. De las herramientas de comunicación ya mencionadas anteriormente ¿cuál utiliza más?

3. Señale con qué frecuencia utiliza cada una de ellas

- a. Diariamente
- b. Semanalmente
- c. Mensualmente

4. ¿A través de cuál de los medios de comunicación utilizados en la empresa, usted recibe mayor parte de la información en cuanto a las noticias, y las actividades que realiza la misma?

5. Considera necesario que se implementen más medios de comunicación en la empresa?

Sí\_\_\_ No\_\_\_

Cuáles?

*Comprometidos con la naturaleza*

Carrera 3 # 5-62 La Playa de Belén (Norte de Santander)  
Email: erikat301@hotmail.com - Cell: 3183058895

Formato de encuestas a la gerente de la empresa COOSERPLAY/ fuente pasante



Administración Pública Cooperativa  
de Servicios Públicos de La Playa de Belén

NIT: 900.088.786-3

A través de esta encuesta se pretende obtener el estado en el que se encuentra la comunicación interna y externa de la administración de servicios públicos COOSERPLAY.

1. ¿Usted tiene en cuenta las necesidades, puntos de vista o sugerencias del personal de COOSERPLAY?

Si \_\_\_\_\_ no \_\_\_\_\_ A veces \_\_\_\_\_

2. Qué mecanismos emplea para comunicarse con los empleados y la Junta Directiva?

- Comunicación directa
- Mediante oficios
- Correo electrónico
- Whatsapp

3. ¿Cómo considera la comunicación entre gerente y empleado?

Buena \_\_\_\_ mala \_\_\_\_ regular \_\_\_\_

4. ¿Qué dificultades considera se evidencian en cuanto a la comunicación interna de la empresa?

5. ¿A través de cuál de los medios de comunicación que maneja la empresa, usted conoce las opiniones, quejas o reclamos de los usuarios de COOSERPLAY?

- Comunicación directa
- Mediante oficios
- Whatsapp
- Correo electrónico

*Comprometidos con la naturaleza*

Carrera 3 # 5-62 La Playa de Belén (Norte de Santander)

Formato de encuestas a la junta directiva de la empresa COOSERPLAY/ fuente pasante



Administración Pública Cooperativa  
de Servicios Públicos de La Playa de Belén

NIT: 900.088.786-3

A través de esta encuesta se pretende obtener el estado en el que se encuentra la comunicación interna y externa de la administración de servicios públicos COOSERPLAY.

1. ¿Conoce los medios de comunicación que maneja COOSERPLAY?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

2. Si la respuesta es positiva ¿seleccione que medios utiliza más?

- Whatsapp
- A través de oficios
- Comunicación directa
- Correo electrónico
- Todas
- Ninguna de las anteriores

3. ¿Tiene participación activa en cuanto a las decisiones y las actividades que desempeña la empresa?

Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

4. ¿A través de cuál de los medios que maneja la empresa, usted transmite su opinión y sugerencias?

- Whatsapp
- Correo electrónico
- Oficios
- Comunicación directa

5. ¿Considera importante que se implementen más medios de comunicación en la empresa?

Si \_\_\_\_\_ no \_\_\_\_\_

Cuáles? \_\_\_\_\_

6. califique la comunicación existente entre junta directiva y gerente

Excelente Buena Regular Mala

*Comprometidos con la naturaleza*

Carrera 3 # 5-62 La Playa de Belén (Norte de Santander)

Formato de encuestas a los usuarios de la empresa COOSERPLAY/ fuente pasante



Administración Pública Cooperativa

de Servicios Públicos de La Playa de Belén

NIT: 900.088.786-3

---

A través de esta encuesta se pretende obtener el estado en el que se encuentra la comunicación interna y externa de la administración de servicios públicos COOSERPLAY

### ENCUESTA

1. ¿Qué medios utiliza la empresa para comunicarse con el personal interno?

---



---

2. Indique la frecuencia con la que se producen las siguientes afirmaciones:

- ¿Se me comunica a tiempo la información (requisitos, responsabilidades) que necesito para el desempeño de mi trabajo?

Nunca      a veces      muchas veces      siempre

- ¿Mis superiores me convocan a reuniones de trabajo y socializaciones de las actividades que desempeñara la empresa?

Nunca      a veces      muchas veces      siempre

- ¿Existe una retroalimentación por parte de mi superior cuando surge algún problema dentro de la empresa?

Nunca      a veces      muchas veces      siempre

3. ¿Transmito mi opinión y sugerencias a la empresa?

Sí\_\_\_\_\_      No\_\_\_\_\_

Si la respuesta es positiva indique mediante cual medio?

- A través de un oficio
- Comunicación directa
- Whatsapp

4. De todas las herramientas que posee la empresa para estar en continuo contacto con sus empleados ¿cuál considera sea la más efectiva?

- a. Whatsapp
- b. Oficios
- c. Directamente
- d. Correo electrónico

5. ¿Cómo considera la comunicación entre empleado y jefe?

Excelente\_\_\_ Buena\_\_\_ Regular\_\_\_ Mala\_\_\_

---

*Comprometidos con la naturaleza*

Carrera 3 # 5-62 La Playa de Belén (Norte de Santander)

Formato de encuestas a La junta directiva y la gerente de la empresa COOSERPLAY/ fuente pasante



Administración Pública Cooperativa  
de Servicios Públicos de La Playa de Belén

NIT: 900.088.786-3

A través de esta encuesta se pretende obtener el estado en el que se encuentra la comunicación interna y externa de la administración de servicios públicos COOSERPLAY.

#### ENCUESTA

1. Cómo le pareció el manual de comunicaciones que se implementó en la empresa COOSERPLAY para el mejoramiento de su comunicación interna y externa.

Bueno  Malo

2. ¿Considera que el contenido del manual en cuanto a sus estrategias de comunicación interna y externa y demás consideraciones generales de la comunicación es relevante?

Sí  No

3. ¿Cree usted que el diseño empleado para el manual de comunicaciones, se ajusta a las políticas de la empresa?

Sí  No

4. ¿Considera que el manual de comunicaciones es efectivo para reforzar la comunicación interna y externa de la empresa?

Sí  No

5. ¿Están dispuestos a implementar mediante un acuerdo este manual de comunicaciones en la empresa?

Sí  No

*Comprometidos con la naturaleza*

Carrera 3 # 5-62 La Playa de Belén (Norte de Santander)

## Apéndice C. Blog de la empresa COOSERPLAY

The screenshot shows a web browser window displaying the Cooserplay website. The address bar shows the URL `cooserplay.blogspot.com.co`. The page features a large banner with the Cooserplay logo (a blue water drop) and the text: **Bienvenidos**, **Administración Pública Cooperativa de Servicios Públicos de La Playa de Belén**, and **Comprometidos con la naturaleza**. Below the banner is a navigation menu with the following items: **Página principal**, **TARIFAS**, **CCU**, and **Recolección aseo**. The main content area is divided into two columns. The left column is titled **Bienvenidos** and contains the text: *En esta página encontrarás información relevante sobre los servicios públicos de acueducto, alcantarillado y aseo en el municipio de La Playa de Belén*. The right column is titled **Atención de Peticiones, Quejas y Reclamos.** and contains a form with three input fields: **Nombre: \***, **Apellido:**, and **E-Mail: \***.

## Apéndice D. Volante informativo de COOSERPLAY

**¿SABÍAS QUÉ?**

La empresa de servicios públicos **COOSERPLAY**, implementa un programa de separación en la fuente consistente en que los usuarios desde sus viviendas separen los residuos sólidos en orgánicos e inorgánicos.

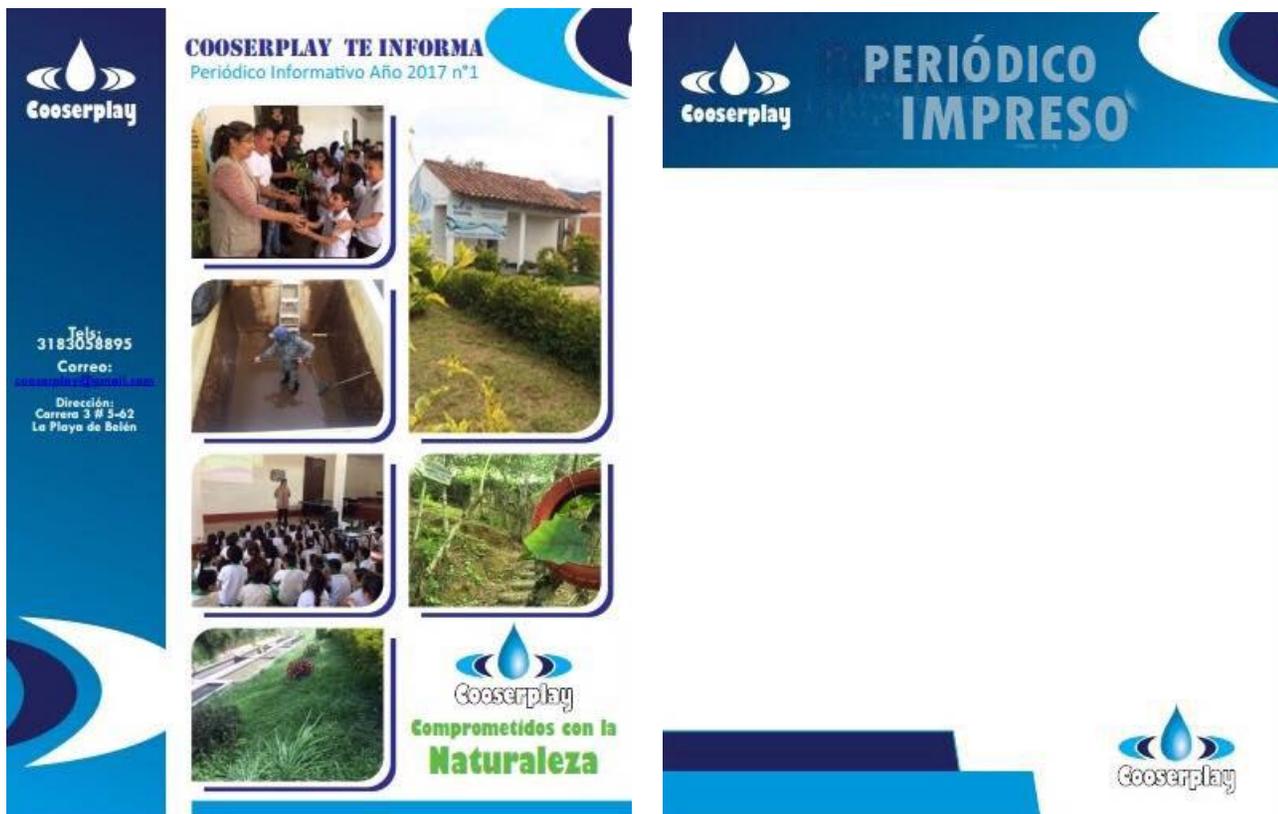
Para luego mediante un proceso de descomposición, los residuos inorgánicos son transformados en abono el cual se emplea para fortalecer un vivero en el que se producen diferentes especies nativas del municipio y con el que se lleva a cabo el proyecto "sembrando paz", a través del cual se reforestan diferentes sectores y veredas del municipio.

**¡RECUERDA  
SEMBRAR UN ÁRBOL  
ES SEMBRAR  
VIDA!  
¡SIEMBRA TU  
ÁRBOL YA!**

**Cooserplay**

Tels: 3183058895  
Correo: cooserplay@gmail.com  
Dirección: Carrera 3 # 5-62 La Playa de Belén

Apéndice E Periódico impreso de COOSERPLAY



Apéndice F. Manual

Ver archivo adjunto