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

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	JULISA FERNANDA PÉREZ FUENTES		
FACULTAD	EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES		
PLAN DE ESTUDIOS	COMUNICACIÓN SOCIAL		
DIRECTOR	JUAN CAMILO ALSINA CORREA		
TÍTULO DE LA TESIS	DESARROLLO DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA LA CÁMARA DE COMERCIO DE AGUACHICA		
RESUMEN (70 PALABRAS APROXIMADAMENTE)			
<p>CON EL PROPÓSITO DE MEJORAR EL CLIMA ORGANIZACIONAL DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE AGUACHICA, CESAR, SE DISEÑÓ UNA ESTRATEGIA QUE TIENE COMO OBJETIVO FORTALECER LAS COMUNICACIONES INTERNAS DE LA INSTITUCIÓN. POR TAL RAZÓN, SE INICIÓ LA ESTRATEGIA CON UN DIAGNOSTICO SITUACIONAL, UTILIZANDO EL DIARIO DE OBSERVACIÓN Y LA ENCUESTA COMO MÉTODO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN PARA CONOCER EL CONCEPTO Y LAS INQUIETUDES QUE TIENEN LOS FUNCIONARIOS CON RESPECTO AL FLUJO DE INFORMACIÓN, CANALES DE COMUNICACIÓN Y EL CLIMA LABORAL GENERADO Y UTILIZADO POR LA CÁMARA DE COMERCIO DE AGUACHICA.</p>			
CARACTERÍSTICAS			
PÁGINAS: 61	PLANOS:	ILUSTRACIONES:42	CD-ROM: 1



DESARROLLO DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA LA CÁMARA
DE COMERCIO DE AGUACHICA

AUTORA:
JULISA FERNANDA PÉREZ FUENTES

Trabajo de Grado modalidad pasantía para optar el Título de Comunicador Social

Director
JUAN CAMILO ALSINA CORREA
Comunicador Social con énfasis en Comunicación Organizacional

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

Índice

Capítulo 1. Desarrollo de una estrategia de comunicación para el mejoramiento del clima organizacional de la Cámara de Comercio de Aguachica.	1
1.1 Descripción breve de la empresa	1
1.1.1 Misión.	1
1.1.2 Visión.	1
1.1.3 Objetivos de la empresa.	1
1.1.4 Descripción de la estructura organizacional.	2
1.1.5 Descripción de la dependencia asignada.	5
1.2 Diagnóstico inicial de la dependencia asignada	5
1.3 Planteamiento del problema	6
1.4 Objetivos de la pasantía	7
1.4.1 General.	7
1.4.2 Específicos.	7
1.5 Descripción de las actividades a desarrollar en la misma	8
Capítulo 2. Enfoques referenciales.	10
2.1 Enfoque conceptual.....	10
2.2 Enfoque legal.....	12
Capítulo 3. Informe de cumplimiento de trabajo.	14
3.1 Presentación de resultados	14
3.1.1 Objetivo 1	14
3.1.1.1 Actividad 1	14
3.1.2 Objetivo 2	21
3.1.3 Objetivo 3	26
3.1.3.6 Actividad 6	28
Capítulo 4. Diagnostico final	29
Capítulo 5. Conclusiones	30
Referencias	32
Apéndices	33
Apéndice A.	34
Apéndice B.....	34
Apéndice C.....	35
Apéndice D.	35
Apéndice E.....	36

Apéndice F	36
Apéndice G	37
Apéndice H	37
Apéndice I	38
Apéndice J	38
Apéndice K	39
Apéndice L	39
Apéndice M	40
Apéndice N	40
Apéndice Ñ	41
Apéndice O	41
Apéndice P	42
Apéndice Q	42
Apéndice R	43
Apéndice S	43
Apéndice T	44
Apéndice U	44
Apéndice V	45
Apéndice W	45
Apéndice X	46
Apéndice Y	46

Lista de Figuras.

Figura 1. Organigrama de la Cámara de Comercio Aguachica	2
Figura 2. Conocimiento respecto a la buena gestión del espacio de trabajo.	16
Figura 3. Conocimiento respecto a los recursos necesarios para el desarrollo de las funciones.	17
Figura 4. Percepción sobre el interés brindado por parte de los superiores.	17
Figura 5. Percepción de la motivación generada por la CCA	18
Figura 6. Recepción de las opiniones dada por los funcionarios.....	18
Figura 7. Percepción del ambiente laboral por parte de los funcionarios de la CCA	19
Figura 8. Percepción sobre la retroalimentación generada por parte de sus superiores.....	19
Figura 9. Percepción respecto al trabajo que realizan los funcionarios dentro de la CCA	20
Figura 10. Conocimiento, cambios, ideas que desean generar los funcionarios	20
Figura 12. Estrategias de comunicación.....	24

Lista de Tablas

Tabla 1. Matriz DOFA	6
Tabla 2. Actividades a desarrollar	9
Tabla 3. Diagnóstico del ámbito laboral dentro de la CCA	14
Tabla 4. Cronograma de actividades.....	22
Tabla 5. Estrategia de comunicación para la Cámara de Comercio de Aguachica, Cesar.....	24

Dedicatoria

Dedico este trabajo principalmente a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional. A mi madre Alidis

Fuentes, por ser el pilar más importante y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional sin importar las dificultades presentadas en el camino. A mi padre Marceliano

Pérez, gracias por estar conmigo siempre en la distancia dándome una voz de aliento. A

Patricia Hernández y a Lucila Moreno por su apoyo incondicional en toda mi formación académica, a las que considero parte de mi familia, por compartir momentos significativos conmigo y por siempre estar dispuesta a escucharme y ayudarme en cualquier momento. A

mi familia y a mi novio, gracias por siempre confiar en mis capacidades, los amo infinitamente. A Jenny Quintero, por su valiosa amistad incondicional. A mis compañeros,

José Darling, Andrea, Kamila, Laura y Daibeth porque sin el equipo que formamos, no

hubiéramos logrado esta meta.

Agradecimientos

Me van a faltar páginas para agradecer a las personas que se han involucrado en la realización de este trabajo, sin embargo, merecen reconocimiento especial mi madre que con su esfuerzo y dedicación me ayudo a culminar mi carrera universitaria y me dio el apoyo suficiente junto a mi padre para no decaer cuando todo parecía complicado e imposible.

Asimismo, agradezco infinitamente a mi hermano Juan José que con sus palabras me hacía sentir orgullosa de lo que soy y de lo que le puedo enseñar. Ojalá algún día yo me convierta en se fuerza para que pueda seguir avanzando en su camino.

De igual forma, agradezco a mi Director de Tesis Juan Camilo Alsina, que gracias a sus consejos y correcciones hoy puedo culminar este trabajo. A los Profesores que me han visto crecer como persona, y gracias a sus conocimientos hoy puedo sentirme dichoso y contento.

Resumen

Con el propósito de mejorar el clima organizacional de la Cámara de Comercio de Aguachica, Cesar, se diseñó una estrategia que tiene como objetivo fortalecer las comunicaciones internas de la institución.

Por tal razón, se inició la estrategia con un diagnóstico situacional, utilizando el diario de observación y la encuesta como método de recolección de información para conocer el concepto y las inquietudes que tienen los funcionarios con respecto al flujo de información, canales de comunicación y el clima laboral generado y utilizado por la cámara de comercio de Aguachica.

Acorde al diagnóstico situacional del clima organizacional se diseñó una estrategia de comunicación que ayude a motivar al equipo humano y retener a los mejores en un entorno empresarial donde el cambio es cada vez más rápido. Debemos recordar que las empresas son lo que son sus equipos humanos, por ello, motivar es mejorar resultados.

Luego de definir la estrategia de comunicación y crear un cronograma de actividades se implementaron cada una de ellas permitiendo establecer los canales más adecuados para dar a conocer información a los empleados, permite una mejor coordinación entre las áreas y mejora el desempeño de toda la organización, facilitando y mejorando el flujo de información.

Introducción

Es de gran importancia que las instituciones desarrollen y definan estrategias comunicativas que ayuden a mantener un marco regulatorio de prácticas recomendadas en las que la organización pueda moverse libremente. La Cámara de comercio de Aguachica, es una entidad privada, sin ánimo de lucro que no cuenta con un área de comunicaciones, actualmente la encargada de ejecutar acciones comunicacionales externas es el área de promoción y desarrollo empresarial; a pesar de que a diario promueven actividades y comunicaciones que incentiven al comerciante la comunicación interna sigue siendo frágil por el canal de información utilizado.

Promoción y desarrollo empresarial es una oficina que gestiona, apoya y promueve diferentes programas y proyectos que fortalezcan el desarrollo empresarial, económico y social en los municipios de la jurisdicción., por este motivo el fortalecimiento comunicativo en esta área organizacional es fundamental, sin embargo el área no es lo suficientemente amplio en personal para atender a todas estas actividades; por lo anterior, se presenta una deficiencia en los procesos comunicativos internos de la Cámara de comercio de Aguachica generando poco acercamiento entre la dependencia y funcionarios.

En beneficio de la construcción de procesos comunicativos es importante el diseño y la implementación de una estrategia de comunicación que posibilite una gestión más eficiente en cuanto a las comunicaciones internas de la Cámara de comercio, fortaleciendo así el clima organizacional con los funcionarios.

Capítulo 1. Desarrollo de una estrategia de comunicación para el mejoramiento del clima organizacional de la Cámara de Comercio de Aguachica.

1.1 Descripción breve de la empresa

La Cámara de Comercio Aguachica nació mediante Decreto No. 2519 del 6 de diciembre de 1988, con jurisdicción de dos importantes provincias la del sur del Cesar y sur de Bolívar, incluyendo los municipios de Aguachica; (capital natural de los sures), Curumaní, Pailitas, San Alberto, Pelaya, San Martín, Río de Oro, Tamalameque, La Gloria, Gamarra y González en el sur del Cesar y los municipios de Morales, Santa Rosa del Sur, Simití, Arenal, Río Viejo y Norosí en sur de Bolívar. Su carácter es privado, cuenta con autonomía propia y es una institución sin ánimo de lucro. (Cámara de Comercio de Aguachica, 1988)

1.1.1 Misión. La Cámara de Comercio de Aguachica es una entidad privada, sin ánimo de lucro, con el propósito de prestar los servicios de registros, conciliación y desarrollo socioeconómico de la región, llevando la representación y vocería de los empresarios ante el Gobierno Nacional, regional y municipal, para fortalecer el bienestar de la comunidad, basada en una cultura del conocimiento. (Cámara de Comercio de Aguachica, 1988).

1.1.2 Visión. Liderar el desarrollo integral de la región y promover estrategias que permitan fortalecer la cultura empresarial de las comunidades de la jurisdicción, en respuesta a los cambios globales. (Cámara de Comercio de Aguachica, 1988).

1.1.3 Objetivos de la empresa. La Cámara de Comercio de Aguachica, Cesar, cuenta con objetivos claves para alcanzar y cumplir cada uno de sus propósitos. Según (Cámara de Comercio de Aguachica, 1988) estos son sus objetivos:

- Generar nuevas fuentes de recursos para la entidad y administrarlos adecuadamente.
- Lograr una cultura de mejoramiento permanente.

- Mejorar la estructura física y tecnológica.
- Diversificar y generar nuevos servicios para el empresariado y la comunidad.
- Generar sentido de pertenencia en la comunidad Empresarial.
- Generar procesos de desarrollo Empresarial y Regional.
- Satisfacer los requerimientos de servicio formulados por nuestros usuarios.

1.1.4 Descripción de la estructura organizacional. Cámara de Comercio, cuenta con un esquema organizacional interno que representa el modelo de funcionamiento de la entidad.

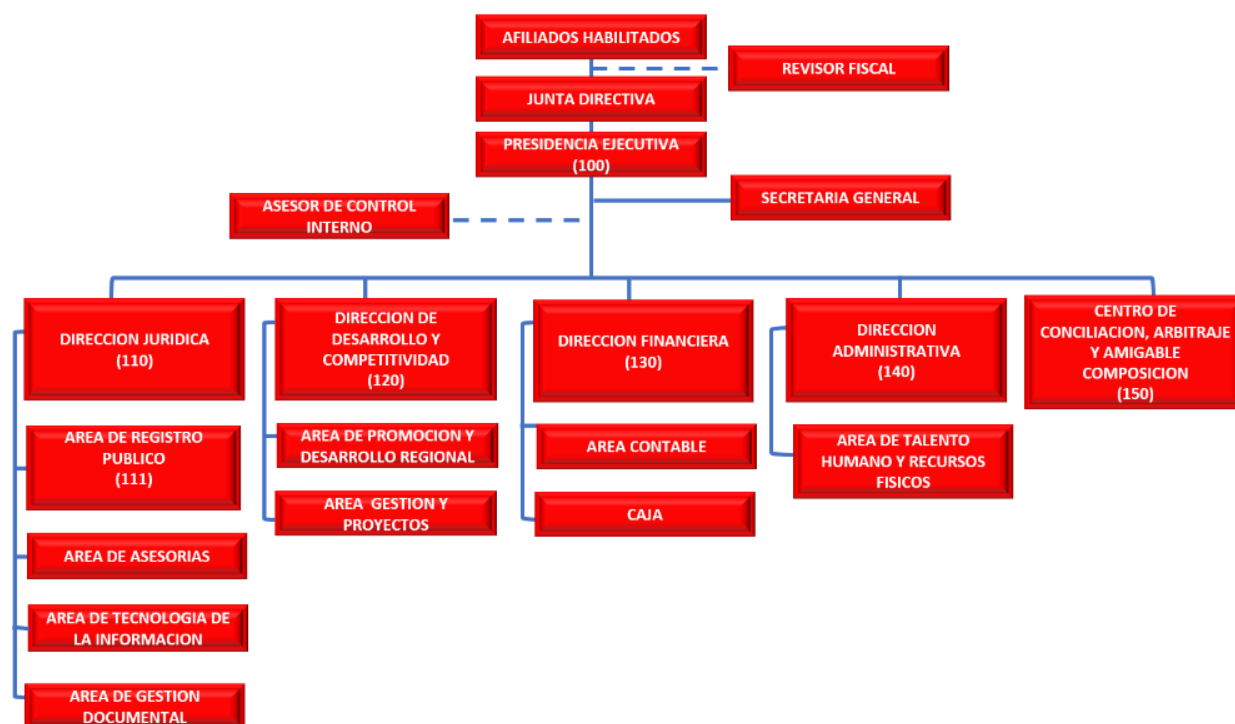


Figura 1. Organigrama de la Cámara de Comercio Aguachica
Fuente: www.camaraaguachica.org.co

Junta directiva. La Junta Directiva es el órgano de dirección estratégica de la Cámara de Comercio, en el cumplimiento de sus funciones será responsable de la planeación, adopción de políticas, control y evaluación de la gestión de la entidad y todas sus actuaciones se cumplirán en el ámbito del interés general y no particular, respetando los principios de

autonomía, transparencia, responsabilidad, eficiencia, economía, imparcialidad y participación.

Presidencia ejecutiva. Dirigir y administrar las actividades, los programas y proyectos de la Cámara; y coordinar el manejo administrativo, financiero y operativo, dando cumplimiento a la misión, visión y a las políticas institucionales, utilizando racionalmente los recursos humanos y financieros, proyectando liderazgo en el sector y buena imagen corporativa.

Desarrollar la gestión gerencial de la Cámara de Comercio, planificando el desarrollo de la entidad en toda su estructura organizacional, dirigiendo programas y políticas generales, hacia el logro de los objetivos institucionales, apoyando su ejecución con los jefes de las diferentes dependencias de la cámara debe evaluar periódicamente el cumplimiento de lo planificado, respondiendo a la junta directiva por el crecimiento y desarrollo de la institución, a largo plazo y de acuerdo con las políticas pre – establecidas.

Dirección jurídica. Dirigir y atender la prestación de las funciones públicas registrales, dar asesoría a los empresarios y funcionarios en temas afines de la Cámara; ofreciendo servicios de calidad, basado en principios de responsabilidad, seguridad jurídica, transparencia, agilidad, confiabilidad y oportunidad.

Asesorar jurídicamente a los directivos y al Presidente Ejecutivo, sobre la viabilidad de los documentos presentados por los comerciantes, así como, resolver las consultas jurídicas efectuadas sobre el registro mercantil, acorde con los procedimientos legales establecidos para tal fin.

Desarrollo y competitividad. Promover el desarrollo empresarial dentro de la jurisdicción de la Cámara de Comercio, con el objeto de estimular la cultura y el fortalecimiento empresarial en el ámbito regional, a través de la planeación, gestión y ejecución de programas

y proyectos de emprendimiento, ciencia, tecnología e innovación dirigidos a los comerciantes en todas las actividades económicas, contribuyendo al mejoramiento y competitividad de los municipios que hacen parte de la entidad; ofreciendo servicios de calidad, basados en principios de responsabilidad, transparencia, agilidad, confiabilidad y oportunidad, garantizando que los objetivos y metas de la Cámara de Comercio de Aguachica, sean logrados en forma exitosa.

Dirección financiera. Efectuar el manejo eficaz y oportuno de la información contable y financiera, garantizando y suministrando información actualizada, confiable y pertinente, para satisfacer los requerimientos, internos y externos, mediante el registro, organización, control y análisis de las operaciones comerciales y financieras de la Institución, sobre la base de la responsabilidad, transparencia y ética.

Dirección administrativa. Coordinar los procesos administrativos de la Cámara de Comercio del Aguachica, a fin de garantizar el logro de los objetivos misionales y estratégicos de la institución, satisfaciendo así las necesidades de los clientes internos y externos mediante la dirección, coordinación, control de los programas y recursos, aplicando enfoques modernos de la tecnologías administrativas en el mantenimiento de un esquema organizacional que motive la iniciativa, la creatividad y la comunicación utilizando todos los recursos a su disposición en forma eficaz, eficiente e innovadora.

Planear y ejecutar el sistema de gestión de talento humano, buscando siempre un ambiente laboral favorable que facilite un buen ejercicio de la labor y genere un ambiente de respeto, confianza y responsabilidad.

Responder de manera oportuna a los requerimientos de directivos y órganos de control, garantizando así el cumplimiento de los objetivos.

Centro de conciliación, arbitraje y amigable composición. Promover el uso y aplicación de los métodos alternativos de solución de conflictos, a través del diseño e

implementación de modelos que contribuyan a la solución pacífica de controversias, dirigidos a los ciudadanos de la región, y en suma a todas personas que se encuentren inmersas en un conflicto, para que se apropien del mismo y generen una verdadera transformación del entorno, apostando por la construcción de una sociedad armónica y pacífica.

1.1.5 Descripción de la dependencia asignada. La dirección de promoción y desarrollo dentro de la Cámara de Comercio está conformada por su coordinadora y en algunas ocasiones la acompaña un pasante de comunicación social, es el área encargada de gestionar, apoyar y promover diferentes programas y proyectos que fortalezcan el desarrollo empresarial, económico y social en los municipios de la jurisdicción tales como Curumaní, Pailitas, San Alberto, Pelaya, San Martín, Río de Oro, Tamalameque, La Gloria, Gamarra y González en el sur del Cesar y los municipios de Morales, Santa Rosa del Sur, Simití, Arenal, Río Viejo y Norosí en sur de Bolívar. (Cámara de Comercio de Aguachica, Cesar, 2014).

1.2 Diagnóstico inicial de la dependencia asignada

Al momento de formar parte del área de promoción y desarrollo, la cual trabaja de la mano de un área comunicacional muy limitada, evidenciamos las múltiples necesidades y falencias de una comunicación asertiva comunicacional. La CCA debe proyectar a corto plazo, debido a su gran crecimiento en la región el área exclusiva de comunicaciones para esta manera lograr informar a sus colaboradores, al sector comercial y empresarial de manera eficiente y oportuna. Con esta matriz DOFA conoceremos con claridad cuáles son nuestras debilidades, nuestras oportunidades, nuestras fortalezas y nuestras amenazas, elementos que al tenerlos claros, nos da una visión global e integral de nuestra verdadera situación para así brindar soluciones a los problemas identificados.

Tabla 1.

Matriz DOFA. Análisis interno y externo de la empresa.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Infraestructura adecuada para el área de comunicaciones.	Se requiere la realización de reuniones informativas y de retroalimentación periódicas institucionales.
Adecuada publicidad y promoción de la CCA.	Inexistencia del área de comunicaciones.
Interés por la nueva junta directiva en crear el área de comunicaciones.	Carencia de recursos para el desarrollo de las labores comunicacionales. Colaboradores desmotivados.
Interés por la nueva junta directiva en crear el área de comunicaciones.	Limitada comunicación entre colaboradores y directivos.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
El interés por el comercio al momento de difundir y promocionar actividades por medio de publicidad y redes sociales.	Comercio ilegal.
Estímulos para la competitividad empresarial.	Falta sentido de pertenencia del empresario con la cámara de comercio.
El crecimiento de agremiados exige un área comunicacional para una mejor difusión de información.	Dentro del presupuesto anual es limitado para el área comunicacional.
Apoyo gubernamental para proyectos regionales de infraestructura.	Bajo nivel de capacitación del talento humano de la región para responder a las exigencias de la competitividad.
Convenios y aliados que apoyen el emprendimiento y la competitividad del Cesar.	Cambios constantes en la normatividad que rige a la entidad.
ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
Fortalecer la prestación de los servicios para lograr alianzas con otras cámaras de comercio.	Generar nuevas fuentes de recursos para la entidad y administrarlos adecuadamente.
Crear planes de extensión social para la comunidad con el fin de utilizar la buena posición geográfica de la Cámara de Comercio.	Crear espacios de sanos esparcimientos con el fin de realizar inducciones a los trabajadores.

Fuente: Pasante.

Nota: Descripción de las actividades.

1.3 Planteamiento del problema

La comunicación dentro de las dinámicas organizacionales se orienta a la gestión humana, teniendo en cuenta que la gestión en toda organización, debe resaltar el factor humano como trascendental para la formación de políticas gerenciales y orientación de las mismas.

La comunicación se desarrolla en todos los ámbitos en que se desenvuelve el ser humano, ubicando al hombre como eje central y no como instrumento. A nivel general las organizaciones se fortalecen por medio del desarrollo permitiendo una estructura de comunicación que permita realizar los procesos que se llevan naturalmente en ella, para que así sean más efectivos e integren a todos los miembros de la misma.

La Cámara de Comercio se encuentra en constante cambio, por nuevos directivos asignados y esto genera un ambiente laboral tenso por el bajo conocimiento y confianza que se siente hacia su nuevo lidere y esto afecta el clima organizacional, por eso es importante fortalecer y tener como base fundamental los canales de comunicación entre directivos y el personal.

Actualmente la CCA no tiene estructurada el área de comunicación, se planteó la posible creación del área a directivos, nacieron diferentes razones por las cuales aún no está la opción, pero si se deja la necesidad y la posible creación del área a futuro.

En la comunicación interna también se pudo evidenciar la importancia de los procesos comunicativos en la Cámara de Comercio de Aguachica para la construcción e implementación de una estrategia de comunicación que permitan mejorar los canales comunicativos y mejorar el clima organizacional, específicamente entre directivos y el personal de la institución.

1.4 Objetivos de la pasantía

1.4.1 General. Desarrollar una estrategia comunicativa enfocada en el mejoramiento del clima organizacional de la Cámara de Comercio de Aguachica.

1.4.2 Específicos. Realizar un diagnóstico situacional del clima organizacional de la Cámara de Comercio de Aguachica.

Diseñar la estrategia de comunicación acorde al diagnóstico situacional del clima organizacional.

Implementar las actividades con el fin de lograr fortalecer el clima organizacional.

1.5 Descripción de las actividades a desarrollar en la misma

En la siguiente tabla podemos observar los objetivos que nos permitirá fortalecer y brindar un ambiente laboral más sano y una efectiva comunicación interna, realizando diferentes actividades que motiven y enseñen la importancia de la comunicación y de trabajar como uno solo dentro de la organización para así genera un mejor servicio a nuestro público, mitigando de esta manera la falta de interacción entre funcionarios y mejorando los flujos de información, teniendo en cuenta que estas son las principales problemáticas que se han venido presentando en la CCA.

Con cada una de las actividades se pretende generar futuras estrategias que ayuden a una mejor motivación laboral y la monitoricen para obtener resultados óptimos y adecuados que ayuden en la toma de decisiones, siempre con el objetivo de mejorar el clima organizacional generando calidad en la trayectoria del servicio.

Para que el clima laboral tenga una base sólida y consistente, los dirigentes de la empresa tienen que ser la referencia en el cumplimiento de los protocolos organizacionales, permaneciendo receptivos en todo momento a las sugerencias, demandas y quejas de los empleados.

Es labor de la compañía que estos líderes tengan a su disposición los instrumentos adecuados para involucrar a los trabajadores en el proyecto empresarial.

Tabla 2.*Actividades a desarrollar*

Objetivo General	Objetivos Específicos	Actividades a desarrollar en la empresa para hacer posible el cumplimiento de los objetivos específicos.
Desarrollar una estrategia comunicativa enfocada en el mejoramiento del clima organizacional de la Cámara de Comercio de Aguachica.	Realizar un diagnóstico situacional del clima organizacional.	Aplicar diario de observación. Elaborar preguntas para la encuesta y entrevista. Realizar encuestas y entrevistas a funcionarios. Tabular resultados. Analizar e interpretar los resultados.
	Diseñar estrategia la estrategia de comunicación acorde al diagnóstico situacional del clima organizacional.	Definir ejes estratégicos Crear un cronograma de actividades en apoyo con la coordinadora de Promoción y Desarrollo Empresarial junto a la Presidente Ejecutiva.
	Implementar la estrategia con el fin de lograr fortalecer el clima organizacional.	Creación de un grupo de WhatsApp interna con el fin de interactuar con todo el equipo de trabajo. Circular interna con mensajes motivadores por ser parte del equipo de trabajo. Desarrollar capacitación a funcionarios en liderazgo y trabajo en equipo. Conmemorar fechas especiales a nuestros funcionarios con el fin de compartir con todo el equipo. Realizar actividades lúdicas a funcionarios. Pausas activas a funcionarios de cada área. Desarrollar reuniones periódicas para dar a conocer los proyectos y actividades lideradas por la CCA. Crear espacios de sano esparcimiento para integración del personal.

Fuente: Pasante.

Nota: Descripción de las actividades.

Capítulo 2. Enfoques referenciales

2.1 Enfoque conceptual

Teniendo en cuenta que el objetivo general de este trabajo de grado es desarrollar una estrategia de comunicación para fortalecer el clima organizacional de la Cámara de comercio de Aguachica, Cesar; se seleccionaron cuatro conceptos claves: Comunicación, Estrategia, Clima Organizacional y Estrategias de Comunicación, es de gran importancia analizar y estudiar estos conceptos que congregan de manera general el trasfondo de la investigación.

La comunicación es un proceso por medio del cual una persona se pone en contacto con otra a través de un mensaje y espera que esta última dé una respuesta, sea una opinión, actividad o conducta (Martínez de Velasco A. y Nosnik). La comunicación como el acto de transmitir información, ideas, emociones, habilidades, por medio del uso de símbolos, palabras, cuadros, figuras y gráficas (Berselon).

La comunicación cuando se aplica en las organizaciones es denominada comunicación organizacional. Esta comunicación se da naturalmente en toda organización, cualquiera que sea su tipo o su tamaño y en consecuencia no es posible imaginar una organización sin comunicación. Bajo esta perspectiva, la comunicación organizacional es el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y su medio, (Fernández, 1999).

Es importante reconocer que la comunicación juega un papel importante para el desarrollo de los objetivos en cada área de la empresa, pues estas deben interactuar de la mejor manera, enviar y recibir mensajes que ayuden a la ejecución de las funciones para poder así mantener un orden en la estructura interna y externa de la organización como tal.

La estrategia es el medio, la vía, es el cómo para la obtención de los objetivos de la organización. Es el arte de entremezclar el análisis interno y la sabiduría utilizada por los

dirigentes para crear valores de los recursos y habilidades que ellos controlan (K.J. HALTEN).

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, según (bolunta, s.f.), es decir, son tácticas enfocadas a dirigir asuntos comunicacionales a partir de intereses y necesidades que tienen las organizaciones para cumplir ciertos objetivos establecidos.

Las estrategias siempre se deben diseñar acorde con los objetivos de la organización, y cada área debe diseñarlas de acuerdo a los fines que desea alcanzar y a la actividad económica de la misma, consiguiendo así que la imagen y su mensaje llegue de manera satisfactoria al consumidor final, además su diseño y ejecución son importante para el desarrollo de los objetivos empresariales.

Clima organizacional hace referencia a las percepciones del ambiente organizacional determinado por los valores, actitudes u opiniones personales de los empleados y las variables resultantes como la satisfacción y la productividad que están influenciadas por las variables del medio y las variables personales. Esta definición agrupa entonces aspectos organizacionales tales como el liderazgo, los conflictos, los sistemas de recompensas y castigos, el control y la supervisión, así como las particularidades del medio físico de la organización (BRUNET).

El clima organizacional se orienta al ambiente generado por las emociones de los miembros de un grupo u organización, el cual está relacionado con la motivación de los empleados tanto a la parte física como emocional y mental.

Schneider Y Reichers (1983), Define clima como “Una inferencia o percepción corpórea evaluada que los investigadores hacen con base en ideas más particulares”

El diagnóstico es un procedimiento ordenado, sistemático, para conocer, para establecer de manera clara una circunstancia, a partir de observaciones y datos concretos. El diagnóstico conlleva siempre una evaluación, con valoración de acciones en relación con objetivos.

Según Andrade de Souza, diagnóstico es un método de conocimiento y análisis del desempeño de una empresa o institución, interna y externamente, de modo que pueda facilitar la toma de decisiones.

La realización de un diagnóstico adecuado exige por parte de quien lo va a realizar determinadas habilidades o competencias, entre las que podemos citar conocimientos teóricos en la materia, razonamiento lógico, concentración, experiencia y una gran capacidad para observar con objetividad, y para relacionar diferentes datos.

2.2 Enfoque legal

Una de las leyes y normativas que rigen el territorio Colombiano y que se deben tener en consideración para el proceso legal de las comunicaciones que se emitan y que todo comunicador social debe saber a la hora de expresar las opiniones, la encontramos plasmada en el Artículo 20 de la Constitución Política de Colombia donde dice lo siguiente “Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación”; en este sentido, el presente artículo es de gran importancia porque nos da el derecho y la garantía de expresar las distintas formas de pensar y expresarnos libremente ante las diferentes situaciones, asimismo, el artículo 73 de la Constitución Política De Colombia dice lo siguiente “la actividad periodística gozará de protección para garantizar su libertad e independencia profesional” claramente vemos que este artículo es fundamental, debido a que

nos ofrece la posibilidad de usar cualquier tipo de elemento comunicativo a la hora desarrollar actividades periodísticas.

Otra ley de suma importancia que encontramos en la normativa colombiana para el desarrollo legal de esta estrategia de comunicación es la ley 1341 del 30 de julio de 2009, donde se definen los principios y conceptos sobre las sociedades de la información y las comunicaciones.

Considerando el clima organizacional como objeto central de esta investigación, se hizo una revisión de referentes legales relacionados, teniendo en cuenta el contexto del cual hacen parte y el cual nos permitió identificar las percepciones para este ejercicio investigativo, por medio de las condiciones laborales, culturales y sociales que generan a su vez diferencias en la forma en que perciben ciertos aspectos.

Inicialmente se toma la Constitución Política de Colombia (1991), en la cual se define el trabajo en el artículo 25 como un derecho que debe ser protegido por el estado sin importar la modalidad a la que pertenezca, además establece como todas las personas tienen derecho a trabajar bajo condiciones dignas y justas. Así mismo el Código Sustantivo del Trabajo (1990), se encarga de regular lo referente a toda labor en el país, buscando lograr la equidad y justicia para todos los trabajadores y empleadores.

Capítulo 3. Informe de cumplimiento de trabajo

3.1 Presentación de resultados

3.1.1 Objetivo 1: Realizar un diagnóstico situacional del clima organizacional.

3.1.1.1 Actividad 1:

Aplicar diario de observación

El diario de observación contiene aquellos compartimientos y falencias percibidas en el ambiente laboral de la Cámara de Comercio de Aguachica, Cesar, por la falta de canales de comunicación efectivos y por la inexistencia de un espacio de sano esparcimiento para los funcionarios.

Tabla 3.

Diagnóstico del ámbito laboral dentro de la Cámara de Comercio de Aguachica, Cesar.

Fecha	Observación	Análisis	Responsable
11/02/2019	Baja comunicación entre compañeros, solo se habla con el compañero del área de trabajo, funcionarios no tienen conocimiento sobre el ingreso de un pasante por estar en el segundo piso.	En esta observación pude detectar que el día a día de la Cámara de Comercio de Aguachica está enfrascada en atención al público y la falta de comunicación interpersonal dentro de la misma.	Julisa Fernanda Pérez Fuentes
12/02/2019	Solo se habla respecto al ámbito laboral, el lugar de sano esparcimiento para algunos funcionarios es la cocina, pero por lo reducida el área es solo entrar, buscar agua o café y salir de nuevo.	Se puede percibir que la atención al público y la infraestructura de la institución no permiten compartir y disfrutar de lugares y momentos de sano esparcimiento.	Julisa Fernanda Pérez Fuentes
13/02/2019	Hasta ahora solo he tenido contacto con la secretaria general ya que al entrar es la primera persona en saludar, con la auxiliar de contabilidad porque a veces se requiere de insumos para realizar mi trabajo y aparte para lograr llegar a mi puesto de trabajo debo pasar por el suyo, con mi jefe inmediato puesto que compartimos oficina, es mi contacto directo y supervisa mis labores diarias y por ultimo con la presidente ejecutiva porque ella está al pendiente de cada labor de mi parte	Observamos una gran falencia en los canales de comunicación directa, producto de las funciones de cada personal dentro de la organización y sus múltiples ocupaciones solo les permite concentrarse en su entorno, limitando su comunicación con otras áreas.	Julisa Fernanda Pérez Fuentes

Fuente: Pasante.

Nota: Diario de observación.

Tabla 3, continuación

14/02/2019	<p>para lograr vincularme con los demás funcionarios. Es un círculo bastante cerrado, ya que a diario se realizan las mismas labores por parte del área de registro. El área de promoción y desarrollo busca emprender nuevos proyectos que aporten al desarrollo sostenible, y se busca organizar una reunión para que conozcan mi labor dentro de la institución.</p>	<p>El área de promoción y desarrollo empresarial cuenta con una gran falencia comunicacional, producto de la inexistencia del área de comunicación, se debe proyectar esta área para poder transmitir las diferentes actividades y ser de conocimiento de todo el equipo organizacional de la CCA.</p>	<p>Julisa Fernanda Pérez Fuentes</p>
------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------

3.1.1.2 Actividad 2: Elaborar preguntas para la encuesta

Según lo observado en la actividad anterior, se llevó a cabo la elaboración de preguntas bajo la revisión de la presidente ejecutiva y la coordinadora de promoción y desarrollo que ayudaran a conocer las inquietudes y la percepción que tienen los funcionarios respecto a la comunicación interna y el clima organizacional que maneja la Cámara de Comercio de Aguachica.

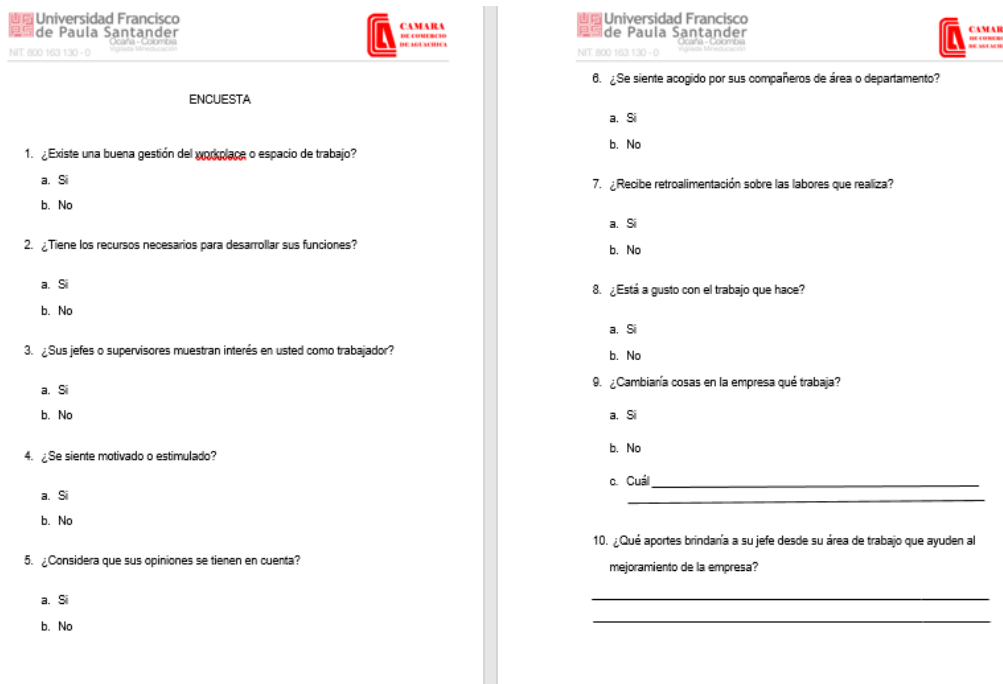


Figura 2. Encuesta
Fuente: Pasante

3.1.1.3 Actividad 3: Realizar encuestas funcionarios

Con el fin de realizar una reunión con todos los funcionarios, se creó una invitación con el fin de socializar y realizar una encuesta para conocer la percepción que tiene el equipo con respecto al clima organizacional para el desarrollo de una estrategia de comunicación para el mejoramiento del clima organizacional. *Ver apéndice W y X.*

3.1.1.4 Actividad 4: Tabular, analizar e interpretar los resultados

Tabulación y análisis de encuestas sobre la apreciación que tienen los funcionarios con respecto al clima organizacional utilizados por la cámara de comercio del municipio de Aguachica, Cesar

Se aplicó la encuesta a 21 funcionarios de los 26 empleados de planta. En este caso no fue aplicada una fórmula para hallar la muestra a trabajar, ya que contábamos con una población mínima en la que todos podían responder la encuesta excepto 5 funcionarios que no lograron estar al momento de la reunión, en vista de su labor como brigadistas y no se encontraban dentro del municipio de Aguachica, Cesar.

Para obtener los resultados de la encuesta se realizó un análisis descriptivo en la cual las gráficas arrojan los resultados de acuerdo a cada pregunta y posteriormente se realiza la respectiva interpretación.

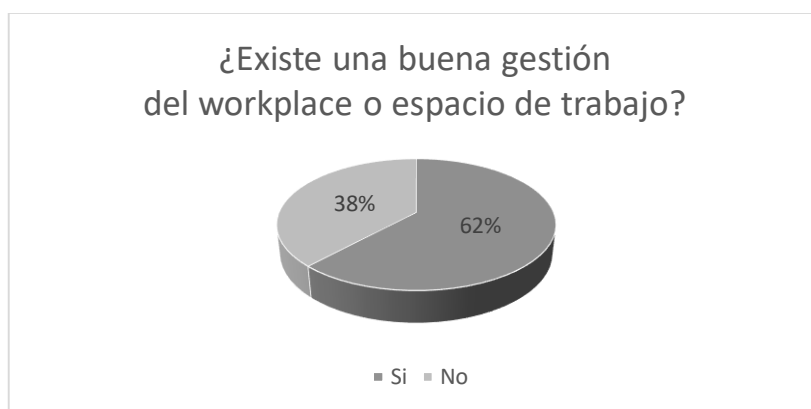


Figura 3. Conocimiento respecto a la buena gestión del espacio de trabajo.
Fuente: pasante

Análisis. La gráfica anterior permite evidenciar que una cantidad considerable de los funcionarios no percibe la gestión realizada por sus superiores en las instalaciones de la Cámara de comercio de Aguachica, demostrando que hay falencias en los procesos comunicativos como en las áreas de trabajo generando una incomodidad al 38% de sus funcionarios para el desarrollo de sus labores dentro de la institución.

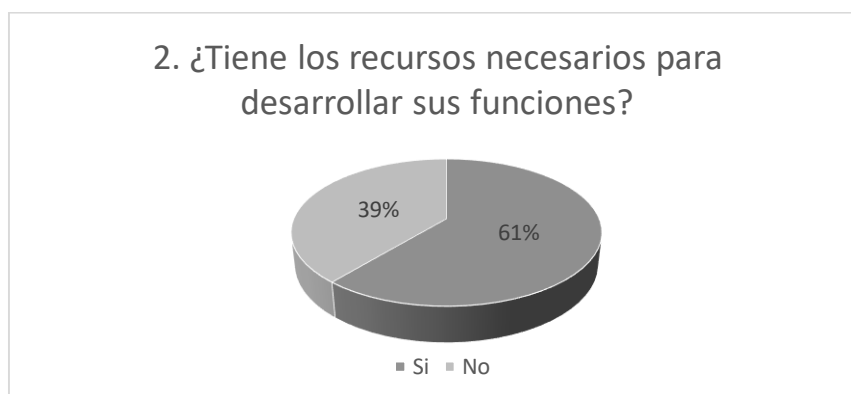


Figura 4. Conocimiento respecto a los recursos necesarios para el desarrollo de las funciones.
Fuente: Pasante.

Análisis. Aunque gran parte de los funcionarios cuentan con los recursos necesarios para el desarrollo de las funciones que realiza cada área de la Cámara de comercio en relación con la primera gráfica, es notable que cierto porcentaje de los funcionarios no cuentan con un espacio de trabajo adecuado y son pocos los recursos que manejan para el desarrollo de las funciones que benefician a la misma y a su público exterior.



Figura 5. Percepción sobre el interés brindado por parte de los superiores.
Fuente: Pasante

Análisis. La gráfica anterior permite evidenciar que el 71% de los funcionarios está satisfecho con el interés brindado por parte de sus superiores, pero el otro 29% considera que aún falta un poco más de comunicación e interés, demostrando así que hay falencias en los procesos comunicativos internos.

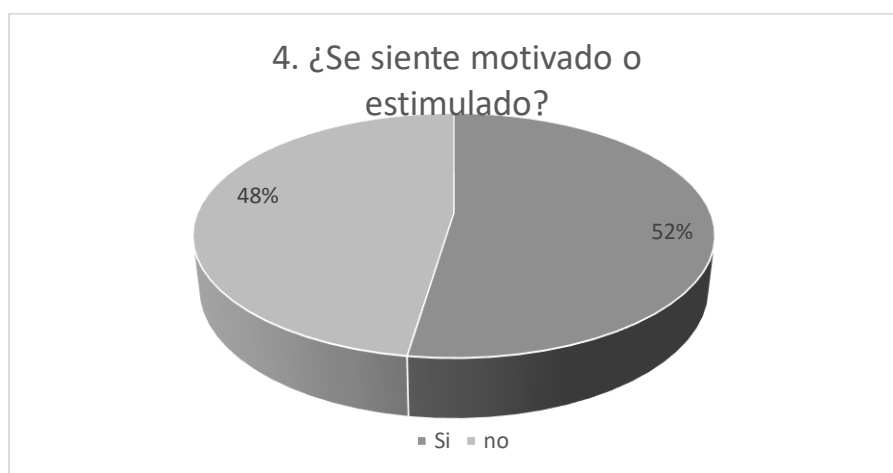


Figura 6. Percepción de la motivación generada por la CCA.
Fuente: Pasante.

Análisis. En la gráfica anterior se puede evidenciar que existe una cantidad considerable que percibe poco estímulo por parte de la empresa, cuando es importante que los funcionarios se sientan productivos e importantes en su lugar de trabajo, que aumente su motivación. Es importante cuidar el ambiente del lugar de trabajo, para que aquellos individuos que generan esa motivación interna puedan contagiársela al resto.

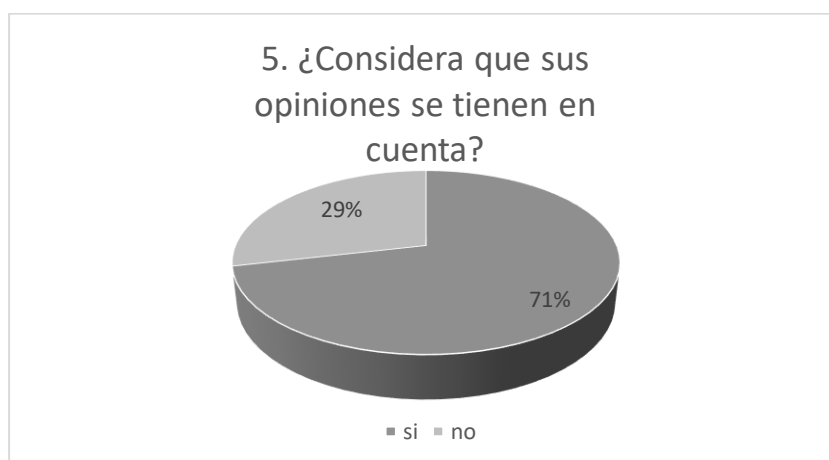


Figura 7. Recepción de las opiniones dada por los funcionarios.
Fuente: Pasante.

Análisis. En esta grafica podemos observar que el 71% de los funcionarios consideran que sus opiniones e ideas tienen una excelente recepción por parte de sus superiores, aunque existe un 29% que no perciba este interés debemos tener en cuenta que tenemos falencias en el proceso y que se debe mejorar para una mejor comunicación y un ambiente laboral sano.

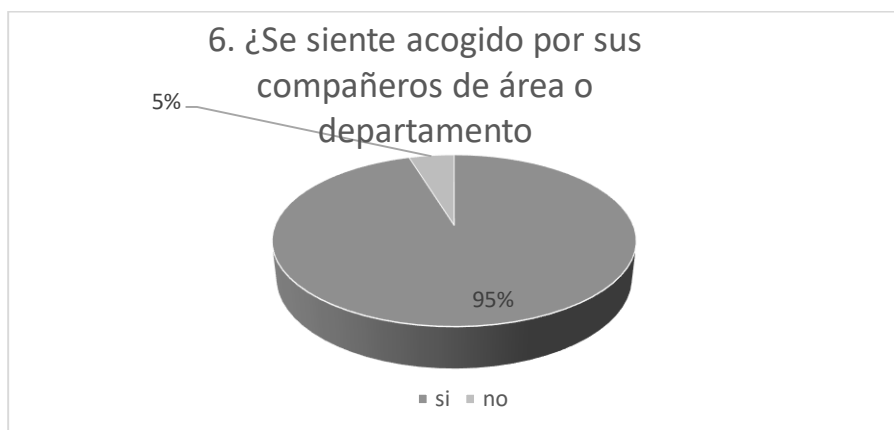


Figura 8. Percepción del ambiente laboral por parte de los funcionarios de la CCA.
Fuente: Pasante.

Análisis. La mayor parte de los funcionarios se sienten acogidos, motivados y apoyados por sus compañeros de área brindando un ambiente de confianza, pero debemos observar que un 5% no se siente agrado, apoyado e incluido dentro de la buena relación y conexión que tienen los demás compañeros, es importante implementar ideas que solucionen y mejoren la relaciones entre compañeros.

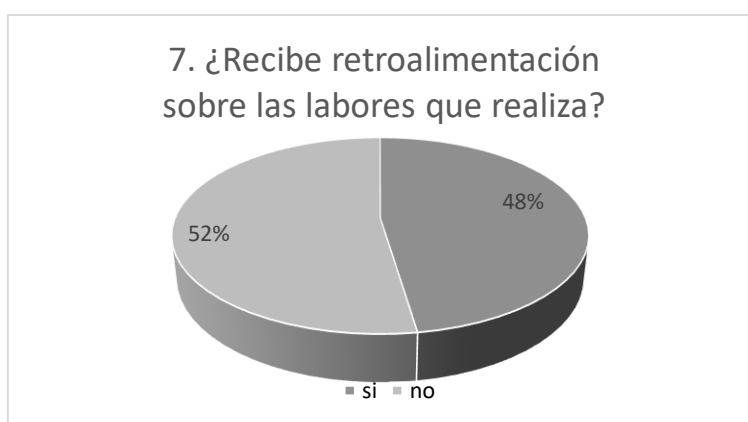


Figura 9. Percepción sobre la retroalimentación generada por parte de sus superiores.
Fuente: Pasante.

Análisis. En esta grafica observaremos la buena percepción que tiene el 52% de los funcionarios respecto a la retroalimentación recibida por las labores realizadas, aunque un 48% no siente el interés, la motivación, el apoyo y la retroalimentación que ayude al mejoramiento de las actividades a realizadas y a realizar.

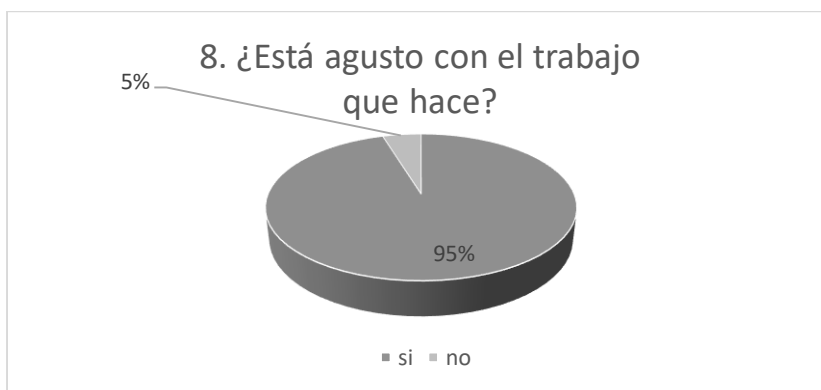


Figura 10. Percepción respecto al trabajo que realizan los funcionarios dentro de la CCA.
Fuente: pasante.

Análisis. Esta gráfica nos muestra que un alto porcentaje se siente agradado, satisfecho, feliz y capacitado para desarrollar su trabajo dentro de la Cámara de Comercio de Aguachica, tener en cuenta ese 5% y solucionar las falencias y dificultades que se tengan para así generar un 100% de efectividad.

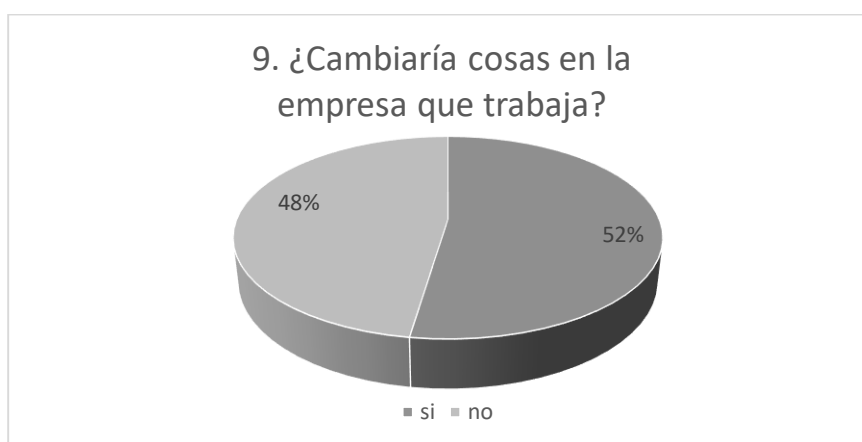


Figura 11. Conocimiento, cambios, ideas que desean generar los funcionarios.
Fuente: Pasante.

Análisis. En esta gráfica observaremos un 52% con ideas, cambios que mejoren las funciones, actividades y la comunicación interna para así brindar un excelente servicio a los

usuarios, el otro 48% considera que la CCA no necesita generar cambios y que así se podría llevar el desarrollo de las diferentes actividades sin dificultad.

Análisis general. Cada una de las preguntas formuladas nos ayuda a descubrir la necesidad que los colaboradores de la Cámara de Comercio de Aguachica tienen por ser motivados, la baja comunicación y los escasos recursos para el desarrollo de sus funciones, puesto que la empresa no cuenta con un área o persona encargada para la gestión y desarrollo de actividades que generen un espacio de sano esparcimiento para compartir las diferentes acciones que día a día se realizan y las necesidades que éstas generan. Con esta encuesta pude percibir que gran parte de los funcionarios decidieron no responder con sinceridad una parte de las preguntas por temor a represarías, ya que se encontraban en un proceso de adaptación por un fuerte cambio administrativo. Fue posible deducirlo puesto que ya se tenía un diagnóstico inicial por medio del diario de observación y por el dialogo cercano con algunos funcionarios se tenía el conocimiento de las inconformidades y necesidades que se tiene dentro de la CCA.

3.1.2 Objetivo 2: Diseñar la estrategia de comunicación acorde al diagnóstico situacional del clima organizacional.

La estrategia de comunicación es una herramienta que permite articular acciones comunicativas de orden interno o externo en una organización, para consolidar los procesos institucionales orientados a informar sobre el alcance y el avance de los planes, programas, estrategias y proyectos; asimismo, permiten promover el empoderamiento comunitario de las iniciativas autónomas, gubernamentales, cívicas y educativas.

Las estrategias de comunicación interna están dirigidas a nuestro equipo de trabajo, estas estrategias buscan fomentar proceso de comunicación asertiva que permitan la optimización de los recursos y el encadenamiento productivo de las organizaciones. (Ana

Maria Cardenas, 2008) Afirma que “las estrategias de comunicación son planes por los cuales las organizaciones tratan de transformar o implementar nuevos conceptos dentro y fuera de las empresas”.

3.1.2.1 Actividad 1: Definir ejes estratégicos.

Para el diseño de la estrategia, se socializo con la presidente ejecutiva y la coordinadora de promoción y desarrollo empresarial las necesidades encontradas por medio del diario de observación y los resultados de la encuesta aplicada a los funcionarios para así lograr determinar y definir los ejes que coadyuven a la creación del cronograma de actividades para el fortalecimiento de la comunicación interna y el clima organizacional de la CCA. *Ver apéndice Y*

3.1.2.2 Actividad 2: Crear un cronograma de actividades en apoyo con la coordinadora de Promoción y Desarrollo Empresarial junto a la Presidente Ejecutiva.

La Cámara de Comercio de Aguachica necesita definir una estrategia de motivación laboral y que la misma sea monitoreada para así obtener resultados óptimos y adecuados que ayuden en la toma de decisiones, siempre con el objetivo de un ambiente agradable y estimulante para conseguir un equipo motivado, comprometido y productivo. Además, obtendremos una mejora en la satisfacción de los clientes.

Tabla 4.

Cronograma de actividades

Actividad	Febrero			Marzo				Abril				Mayo			
	Semanas		4	Semanas		3	4	Semanas		3	4	Semanas		3	4
	2	3		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Diario de observación.	X														
Elaborar preguntas para encuestas y entrevistas.	X	X													
Realizar encuestas y entrevistas a funcionarios.		X													
Tabular resultados.		X													

Fuente: Pasante.

Nota: Actividades a desarrollar en la CCA.

Tabla 4, continuación

Analizar e interpretar los resultados.	X													
Definir ejes estratégicos.	X													
Lluvia de ideas.		X	X											
Debatir las diferentes actividades con la coordinadora de promoción y desarrollo empresarial junto a la presidente ejecutiva									X					
Celebrar cumpleaños de funcionarios.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Desarrollar capacitación a funcionarios.								X		X	X	X		
Desarrollar reuniones periódicas.					X				X					
Realizar actividades lúdicas a funcionarios.								X		X				X
Pausas activas.		X				X	X			X	X	X	X	
Crear espacios de sano esparcimiento para integración del personal.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Circular interna con mensajes motivadores por ser parte del equipo de trabajo.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Creación de un grupo de WhatsApp interna con el fin de interactuar con todo el equipo de trabajo.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Estrategia de comunicación para la Cámara de Comercio de Aguachica, Cesar.

La cámara de comercio de Aguachica es una organización que actualmente cuenta con un canal de comunicación interno estricto en el ámbito laboral que permite la divulgación de circulares y documentos de suma importancia donde interactuar con sus funcionarios no es una opción directa, como tampoco, se generan espacios en el cual la retroalimentación sea un

pilar fundamental, puesto que la cámara de comercio pasa por un cambio drástico de presidente ejecutivo. Aunque dentro del área de promoción y desarrollo exista un plan de comunicaciones a seguir es de tener claro que éste va dirigido a la comunidad más no a nuestros funcionarios, generando así una falencia de comunicación puesto que en algunas circunstancias los funcionarios no se dan por enterados de los nuevos proyectos liderados por la misma para así genera un apoyo conjunto de un trabajo en equipo. De allí nace la necesidad de Desarrollar una estrategia comunicativa enfocada en el mejoramiento del clima organizacional de la Cámara de Comercio de Aguachica.

Objetivo general	Mejoramiento del clima organizacional de la Cámara de comercio de Aguachica, Cesar.				
Objetivos específicos	Implementar un nuevo canal de comunicación que permita la interacción de los funcionarios de la CCA. Ejecutar actividades internas para mejorar los procesos comunicativos de la CCA. Realizar actividades complementarias para el mejoramiento del clima organizacional.				
Actividades generales	Actividades específicas	Público/Meta	Canales/Medio	Mensaje	Mediciones
Actividades de Comunicación Interna	Creación de un grupo de <u>WhatsApp</u> interna con el fin de interactuar con todo el equipo de trabajo.	Funcionarios de la CCA	<u>Whatsapp</u> /Digital	Dar a conocer información de la CCA y generar mensajes informales.	1
	Circular interna con mensajes motivadores por ser parte del equipo de trabajo.	Funcionarios de la CCA	<u>Whatsapp</u> /Digital	Generar mensajes motivadores para un día laboral positivo y con la mejor actitud.	70
	Desarrollar capacitación a funcionarios en liderazgo y trabajo en equipo.	Funcionarios de la CCA	<u>Face to face</u>	Los tipos de líderes que existen, la forma y la comunicación correcta de trabajar en equipo.	2
	Commemorar fechas			Decorar, obsequiar un	

Fuente: Pasante.

Figura 12. Estrategia de Comunicación

Figura 12. continuación

Actividades de Comunicación Interna	especiales a nuestros funcionarios con el fin de compartir con todo el equipo.	Funcionarios de la CCA	<u>Face to face</u>	postre, cantar el cumpleaños y compartir con todo el equipo un espacio de sano esparcimiento.	12
	Realizar actividades lúdicas a funcionarios.	Funcionarios de la CCA	<u>Face to face</u>	Compartir para generar un ambiente sano dentro de la CCA.	2
	Pausas activas a funcionarios de cada área.	Funcionarios de la CCA	<u>Face to face</u>	Ejercicios de estiramiento para hacer más agradable el ambiente laboral.	16
	Desarrollar reuniones periódicas para dar a conocer los proyectos y actividades lideradas por la CCA.	Funcionarios de la CCA	<u>Face to face</u>	Dialogar sobre los distintos proyectos a liderar.	24
	Crear espacios de sano esparcimiento para integración del personal.	Junta directiva y funcionarios de la CCA	<u>Face to face</u>	Integración para el desarrollo de actividades y socialización de la importancia de trabajar en equipo.	8

3.1.3 Objetivo 3: Implementar la estrategia con el fin de lograr fortalecer el clima organizacional de la Cámara de comercio de Aguachica.

3.1.3.1 Actividad 1: Creación de un grupo de WhatsApp interna con el fin de interactuar con todo el equipo de trabajo.

WhatsApp es una herramienta que ha ido evolucionando la comunicación escrita caracterizando la posibilidad de enriquecer los mensajes con contenidos audiovisuales. Es considerado un método de acercamiento al lenguaje escrito, lenguaje natural, más propio del lenguaje verbal completado con imágenes o gestos (Calero, 2014; Sampietro, 2016). Una de las características de los lenguajes digitales es que facilitan los encuentros interpersonales, sin que el lugar y el horario de los que se comunican sea una limitación importante.

La creación de este grupo de WhatsApp tiene como objetivo facilitar la comunicación y los encuentros interpersonales siendo una herramienta cómoda y práctica, generando confianza y motivación a sus funcionarios para un ambiente laboral positivo y efectivo. *Ver apéndice Q.*

3.1.3.2 Actividad 2: Circular interna con mensajes motivadores por ser parte del equipo de trabajo.

La motivación laboral debe formar parte del día a día para mantener el estímulo positivo de los empleados en relación a todas las actividades que realizan para llevar a cabo los objetivos de la institución.

Uno de los beneficios más importantes de la motivación laboral es el compromiso. Cuando los empleados están satisfechos y productivos en el trabajo se sienten más comprometidos con la empresa. La motivación en las empresas no siempre cuenta con el nivel deseado, pero siempre puedes mejorar y realizar acciones para conseguirlo, es por esto que el generar mensajes motivacionales por parte de la presidente ejecutiva y demás, ha de

brindar felicidad y confianza a los funcionarios para hacer de esto un aspecto estratégico imprescindible. **Ver apéndice R.**

3.1.3.3 Actividad 3: Desarrollar capacitación a funcionarios.

La capacitación es un proceso de aprendizaje que permite a nuestros funcionarios adquirir conocimientos y habilidades sobre cómo identificar un líder idóneo y la conexión que debe existir entre el equipo para un mejor desempeño y ambiente laboral.

El desarrollo de estas actividades es un activo importante para las empresas, porque hace posible contar con un personal competente y motivado. **Ver apéndice K, S y T.**

3.1.3.4 Actividad 4: Celebrar cumpleaños de funcionarios.

La celebración de cumpleaños es una forma de innovar, de tener previstos y controlados los aspectos de logística, definir un tiempo de celebración, realizar una buena comunicación previa, con el fin de construir relaciones de calidad caracterizadas por la confianza, el orgullo de pertenencia y el compañerismo.

Reconocer los cumpleaños de los funcionarios, la com aumentará la moral y motivación de los miembros del equipo, impactando directamente en sus niveles de satisfacción laboral, así como su compromiso y productividad. **Ver apéndice G.**

3.1.3.5 Actividad 5: Realizar actividades lúdicas a funcionarios

El objetivo de esta actividad es reforzar la capacidad para tomar decisiones y el cómo asumir responsabilidades en el grupo. También aprender nuevas estrategias para liderar y conducir un equipo de trabajo, combinar las distintas fortalezas de sus miembros y motivarles para lograr un mayor compromiso con la empresa.

Es importante que la Cámara de Comercio de Aguachica genere procesos de innovación en los cuales la lúdica y las dinámicas de grupo, combinadas con métodos

creativos, sean componentes claves, que ayuden a los equipos a eliminar sus paradigmas y romper las barreras mentales que el día a día de la empresa puede generar. *Ver apéndice U.*

3.1.3.6 Actividad 6: Pausas activas

Las pausas activas o gimnasia laboral son ejercicios físicos y mentales que realizan los funcionarios por corto tiempo durante la jornada con el fin de revitalizar la energía corporal y refrescar la mente dentro de la CCA.

Las pausas periódicas generan mayor productividad, inspiran la creatividad y mejoran la actitud de los c, además de ser un ejercicio recomendado para evitar que algunos miembros corporales se atrofién o sufran lesiones. *Ver apéndice L.*

3.1.3.7 Actividad 7: Desarrollar reuniones periódicas

Las reuniones periódicas son importantes ya que conectan a los funcionarios con la dirección de la empresa, estableciendo una comunicación de reciprocidad entre ambos. Con todo ello, las posibilidades de mejora de la actividad, así como de los beneficios para el equipo aumentan.

Las reuniones en la CCA se centran sobre todo en unos puntos muy concretos. Por un lado, desde la dirección se pretende enviar un mensaje directo a los funcionarios que puede tener que ver con la producción, con la creatividad, con la estructura de la organización, con la realización del trabajo, las relaciones entre los trabajadores, etc. *Ver apéndice V.*

3.1.3.8 Actividad 8: Crear espacios de sano esparcimiento para integración del personal

La necesidad de crear espacios para la recreación, con el fin de que los funcionarios tengan una opción sana de esparcimiento y diversión que les ayude con el estrés, compartir con los compañeros, despejar la mente e incluso a formarse como profesionales íntegros a través de las dinámicas de trabajo en equipo. *Ver apéndice N.*

Capítulo 4. Diagnostico final

La comunicación como mecanismo integrador de los métodos que a diario se desarrollan en las organizaciones son un factor indispensable que contribuyen al logro de los objetivos y permite en gran medida un progreso continuo en los flujos de comunicación internos y externos de las empresas; igualmente facilita el desarrollo de un buen clima organizacional.

Evidenciando los resultados obtenidos en busca de cumplir nuestro objetivo general se puede observar que la Cámara de comercio de Aguachica actualmente cuenta con un nuevo canal de comunicación que permitirá la interacción directa entre presidenta ejecutiva y funcionarios, generando así una información veraz, también se debe resaltar el nivel de satisfacción y un ambiente laboral sano ya que se ha logrado liberar tensiones por medio del dialogo, pausas activas y actividades realizadas en los diferentes escenarios creados para la motivación y el sano esparcimiento de los colaboradores, esto ha generado la necesidad de adquirir más pasantes en comunicación social que brinden soluciones y generen estrategias de comunicación interna y externa, se siembra la idea de generar futuros escenarios con la familia de funcionarios y líderes a mediano plazo que ayuden al fortalecimiento de la comunicación interna de la empresa y al desarrollo de los diferentes objetivos, actividades y tácticas que son de gran importancia, brindando soluciones a las falencias presentadas y generando un mejoramiento continuo del clima organizacional y ofreciendo así un mejor servicio a todos los usuarios.

Capítulo 5. Conclusiones

Se puede concluir que la comunicación interna es un valor añadido que produce grandes beneficios a la empresa y a los miembros de la misma. Que es una responsabilidad de la alta dirección de la línea ejecutiva, pero su desarrollo y esta práctica recae en la cadena de mandos intermedios, estos últimos se les asignan una mayor responsabilidad y compromiso en lo referente a la comunicación interna, su liderazgo ya no es solamente productivo, sino humano.

La comunicación interna va incidir directamente en la gestión de equipos y la motivación del empleado, y, por lo tanto, en el alcance de los objetivos y estabilidad de las organizaciones. La integración de la comunicación interna en la estrategia de las compañías es fundamental para sobrevivir en un entorno competitivo, por esto, es muy importante que la CCA ejecute este tipo de estrategias que fortalezcan y coadyuven al fortalecimiento de la comunicación interna y al mejoramiento del clima organizacional.

Recomendaciones

A través de las diferentes intervenciones realizadas, se le recomienda a la Cámara de Comercio de Aguachica crear la necesidad de estructurar en su organigrama un Área de Comunicaciones, con la finalidad de redirigir las funciones de comunicación interna y externa y dividirla de la Oficina de Promoción y Desarrollo Empresarial.

Mantener las campañas realizadas en mi intervención con la finalidad de hacer un acompañamiento con los colaboradores de la Cámara de Comercio de Aguachica.

Crear, mantener y actualizar constantemente canales de información interna efectiva.

Crear un programa de bienestar al trabajador que ayude a la motivación y a un mejor clima laboral.

Fomentar la participación, la creatividad y la innovación en la compañía es muy importante para mantener un clima organizacional óptimo que permita encontrar soluciones a los retos que impone el mercado.

Referencias

- Aguachica, C. d. (s.f.). *Cámara de comercio de Aguachica*. Obtenido de <http://www.camaraaguachica.org.co/nosotros/>
- Ana Maria Cardenas, D. S. (2008). *Estrategias de Comunicacion* . Bogota.
- bolunta*. (s.f.). Obtenido de <http://www.bolunta.org/manual-comunicacion/comunicacion-4-1.asp>
- Cámara de Comercio de Aguachica, C. (1988). *camaraaguachica.org.co*. Obtenido de [camaraaguachica.org.co](http://www.camaraaguachica.org.co): <http://www.camaraaguachica.org.co/nosotros/>
- Cámara de Comercio de Aguachica, Cesar. (2014). <http://www.camaraaguachica.org.co>. Obtenido de <http://www.camaraaguachica.org.co>: <http://www.camaraaguachica.org.co/estructura-organica-y-talento-humano/>
- Espinosa, L. M. (2017). <https://repository.usta.edu.co>. Obtenido de <https://repository.usta.edu.co>: [https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/3970/Lauragómez2017.pdf?sequence=1%20\(2017\)%20/%20Bogotá](https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/3970/Lauragómez2017.pdf?sequence=1%20(2017)%20/%20Bogotá)
- Gonzales, R. A. (2001). *Estrategias de comunicacion* . Barcelona: Ariel.
- Martínez de Velasco , & Nosnik. (1998). <http://catarina.udlap.mx>. Obtenido de <http://catarina.udlap.mx>: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/martinez_c_gd/capitulo3.pdf
- Martinez, M. S. (2011). Obtenido de <http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/2837/T11.11%20S68e.pdf>
- Pupo, G. A. (s.f.). <http://vmleon.tripod.com>. Obtenido de <http://vmleon.tripod.com>: http://vmleon.tripod.com/Planestrategica/ESTRATEGIA_concp.pdf
- SALAS, E. P. (2017). <https://repository.unimilitar.edu.co>. Obtenido de <https://repository.unimilitar.edu.co>: <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/16206/Pe%F1a%20Salas%20Emilcer%202017.pdf;jsessionid=9F71ADE87B402A73A1E59A84A778284E?sequence=1>
- Serrato Martínez, M. C. (2011). <http://repository.lasalle.edu.co>. Obtenido de <http://repository.lasalle.edu.co>: <http://hdl.handle.net/10185/2837>

Apéndices

Apéndice A. Visita a Megared Tv, para invitar a nuestros comerciantes a realizar la renovación de su matrícula mercantil.



Fuente: Pasante

Apéndice B. Acompañamiento a capacitación de ley de reorganización empresarial



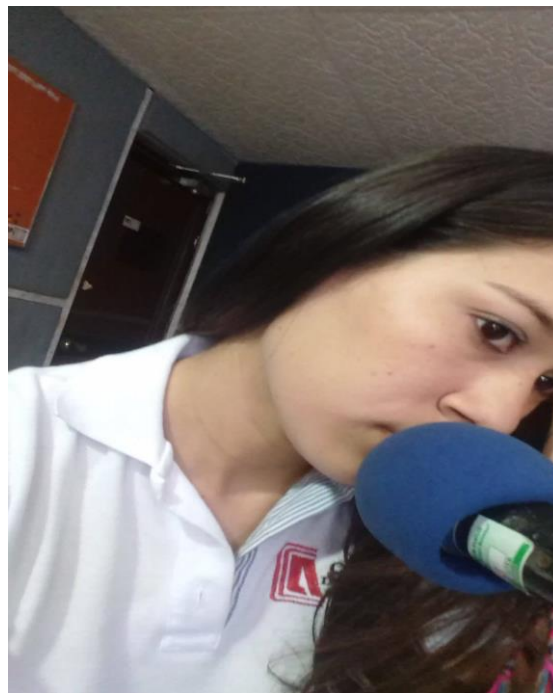
Fuente: Pasante

Apéndice C. Acompañamiento a la ruta de la felicidad al comerciante



Fuente: Pasante

Apéndice D. Grabación de cuñas radiales para la publicidad de la CCA



Fuente: Pasante

Apéndice E. Diseño del logo para el programa Café a la Cámara



Fuente: Pasante

Apéndice F. Acompañamiento fotográfico a la preparación de estudiantes de la UPC para el desarrollo de la primera rueda de negocio liderada por la Cámara de comercio y la UPC



Fuente: Pasante

Apéndice G. Celebración de cumpleaños del mes de febrero por parte de la CCA



Fuente: Pasante

Apéndice H. Visita al programa Región al día para invitar a personas naturales, comerciantes y no comerciantes a la capacitación de ley de reorganización empresarial



Fuente: Pasante

Apéndice I. Acompañamiento a la conferencia Beps naranja, para emprendedores creativo y cultural.



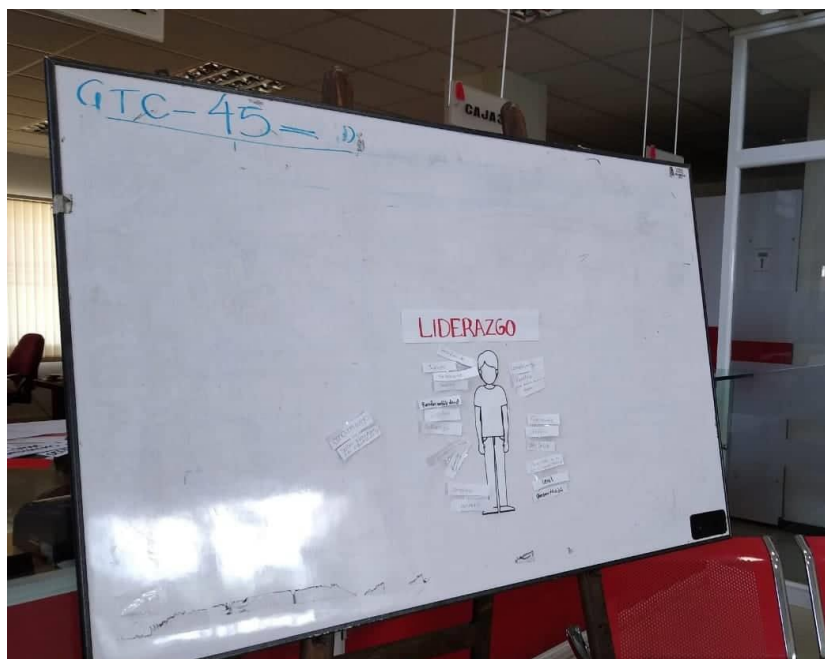
Fuente: Pasante

Apéndice J. Apoyo fotográfico a visita realizada por funcionarios de IDECESAR



Fuente: Pasante

Apéndice K. Dentro del desarrollo de la capacitación sobre Liderazgo creamos ese líder idóneo para la CCA



Fuente: Pasante

Apéndice L. Ejercicios de estiramiento para cajeras de la CCA



Fuente: Pasante

Apéndice M. Bienvenida a la celebración del día de la secretaria con una capacitación de “Servicio al cliente cinco estrellas”, serenata, cena y obsequio.



Fuente: Pasante

Apéndice N. Primera integración empresarial de funcionarios de la CCA para generar motivación y enseñar el trabajo en equipo dentro de la institución



Fuente: Pasante

Apéndice Ñ. Diseño de pieza grafica para promocionar la conferencia Beps naranja, para emprendedores creativo y cultural



Fuente: Pasante

Apéndice O. Diseño de la revista Mi Cámara, donde está plasmada cada proyecto y actividad abanderada por la CCA



Fuente: Pasante

Apéndice P. Invitación a la socialización y realización de la encuesta



Fuente: Pasante

Apéndice Q. Grupo de WhatsApp creado para una comunicación más efectiva



Fuente: Pasante

Apéndice R. Capture de pantalla de mensajes motivacionales a funcionarios.

Fuentes: Pasante

Apéndice S. Capacitación a funcionarios sobre liderazgo.

Fuente: Pasante

Apéndice T. Capacitación a funcionarios sobre Trabajo en equipo



Fuente: Pasante

Apéndice U. Actividades lúdicas que ayuden al mejoramiento del clima organizacional.




Fuente: Pasante

Apéndice V. Reuniones periódicas con las diferentes áreas



Fuente: Pasante

Apéndice W. Encuesta realizada por uno de los funcionarios de la CCA



ENCUESTA
Para el mejoramiento del clima organizacional de la Cámara de Comercio de Aguachica.

1. ¿Existe una buena gestión del workplace o espacio de trabajo? _

a. Si X

b. No

2. ¿Tiene los recursos necesarios para desarrollar sus funciones? _

a. Si

b. No

3. ¿Sus jefes o supervisores muestran interés en usted como trabajador?

a. Si

b. No X

4. ¿Se siente motivado o estimulado?

a. Si

b. No X

5. ¿Considera que sus opiniones se tienen en cuenta?

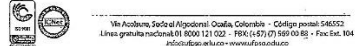
a. Si X


b. No

6. ¿Se siente acogido por sus compañeros de área o departamento?

a. Si X

b. No





7. ¿Recibe retroalimentación sobre los labores que realiza?

a. Si

b. No X

8. ¿Está a gusto con el trabajo que hace?

a. Si X

b. No

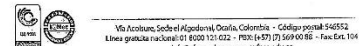
9. ¿Cambiaría cosas en la empresa que trabaja?

a. Si

b. No

c. Cual _____

10. ¿Qué aportes brindaría a su jefe dentro de su área de trabajo que ayuden al mejoramiento de la empresa?



Fuente: Pasante

Apéndice X. Encuesta realizada por uno de los funcionarios de la CCA

ENCUESTA
Para el mejoramiento del clima organizacional de la Cámara de Comercio de Aguachica.

1. ¿Existe una buena gestión del workplace o espacio de trabajo?_

a. Si

b. No

2. ¿Tiene los recursos necesarios para desarrollar sus funciones?_

a. Si

b. No

3. ¿Sus jefes o supervisores muestran interés en usted como trabajador?_

a. Si

b. No

4. ¿Se siente motivado o estimulado?_

a. Si

b. No

5. ¿Considera que sus opiniones se tienen en cuenta?_

a. Si

b. No

6. ¿Se siente acogido por sus compañeros de área o departamento?_

a. Si

b. No

7. ¿Recibe retroalimentación sobre las labores que realiza?_

a. Si

b. No

8. ¿Está a gusto con el trabajo que hace?_

a. Si

b. No

9. ¿Cambiaría cosas en la empresa que trabaja?_

a. Si

b. No

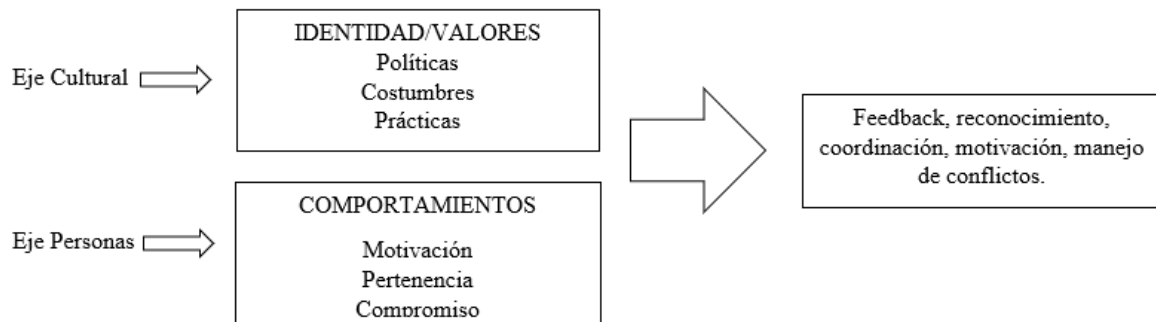
c. CUAL POR EJEMPLO QUE LOS BUENOS DE LOS OPERARIOS DEL PRIMER DEPARTAMENTO YA LA SIN SEGURIDAD Y RESPECTOS EL QUE HAY QUE HACER TRABAJO QUE ENTRAN

10. ¿Qué aportes brindaría a su jefe dentro su área de trabajo que ayuden al mejoramiento de la empresa?_

TRABAJO POR LOS CASOS DE LA CAJETERIA SEAN MAS RAPIDOS.

Fuente: Pasante

Apéndice Y. Ejes estratégicos



Fuente: Pasante