

**PROPUESTA ESTRATÉGICA DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA EL
FORTALECIMIENTO DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL EN C.I. SACEITES
S.A.S**

JENNIFER ROJAS MEJÍA

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
FLORIDABLANCA**

2013

**PROPUESTA ESTRATÉGICA DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA EL
FORTALECIMIENTO DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL EN C.I. SACEITES
S.A.S**

JENNIFER ROJAS MEJÍA

Pasantía para optar por el título de Comunicadora Social – Periodista

SUPERVISORA

CLARA INÉS GARCÍA VILLAMIZAR

Comunicadora Social Organizacional

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
FLORIDABLANCA**

2013

Nota de aceptación

Firma director

Firma jurado

Firma jurado

Bucaramanga, 16 de Enero de 2013

CONTENIDO

	Pág.
RESUMEN	7
ABSTRACT	9
INTRODUCCIÓN	10
1. IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	11
1.1 PLAN ESTRATÉGICO C.I SACEITES S.A.S	12
1.1.1 Misión	12
1.1.2 Visión	12
1.1.3 Política de Calidad	13
1.1.4 Política de Gestión Humana	13
1.1.5 Valores Corporativos	13
1.2 DESCRIPCIÓN DEL ÁREA ESPECÍFICA DE TRABAJO	14
1.2.1 Gestión del talento humano	14
1.2.2 Nombre y Cargo del Supervisor dentro de la empresa	14
2. REFERENTE CONCEPTUAL	15
3. OBJETIVOS	19
3.1 Objetivo General	19
3.2 Objetivos Específicos	19
4. ACTIVIDADES DESARROLLADAS	20
5. CONCLUSIONES	42

6. RECOMENDACIONES	44
BIBLIOGRAFÍA	45

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
ANEXO A: BOLETÍN INFORMATIVO “NOTI SACEITES”	46
ANEXO B: REUNIONES INFORMATIVAS CON LA GERENCIA	49
ANEXO C: EVENTOS DEPORTIVOS	50
ANEXO D: CAPACITACIONES	51
ANEXO E: COORDINACIÓN LOGÍSTICA DE EVENTOS	54
ANEXO F: LANZAMIENTO NUEVO LOGO, NUEVA IMAGEN	56

RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO

TITULO: PROPUESTA ESTRATÉGICA DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL EN C.I. SACEITES S.A.S

AUTOR(ES): JENNIFER ROJAS MEJÍA

FACULTAD: Facultad de Comunicación Social

DIRECTOR(A): CLARA INÉS GARCÍA VILLAMIZAR

RESUMEN

En el presente documento se presentará el trabajo y las acciones estratégicas implementadas los seis meses de pasantía en la empresa Comercializadora Internacional Santandereana de Aceites S.A.S. En la ejecución de este proceso se requería principalmente del apoyo a la comunicación interna de la empresa. Por ende, se creó una propuesta que pudiese contribuir con el fortalecimiento de las comunicaciones internas para mejorar la cultura organizacional, creando diferentes espacios de participación para los jefes de área y su equipo de trabajo, motivando al personal a realizar aportes que pudiesen beneficiar a la compañía. De igual forma se incentivó al personal a participar en los diferentes procesos de formación programados por el Departamento de Gestión Humana, mediante comunicados que despertaran el interés por formar parte de los eventos que se llevarían a cabo en la compañía. Actualizando constantemente las carteleras institucionales con la programación de los eventos, celebraciones y capacitaciones que se realizarían durante el mes, manteniendo a los colaboradores al tanto de lo que se realiza dentro de la empresa. Por otro lado, se crearon espacios propicios para el diálogo y el trabajo en equipo, los cuales permitieron un acercamiento más informal entre los jefes de cada área y sus equipos de trabajo. Finalmente se contribuyó desde la realización de medios y espacios de comunicación para aumentar el bienestar del empleado, realizando una propuesta de estrategias que conllevaron una mayor articulación y aporte estratégico para la compañía.

PALABRAS CLAVES:

Comunicación interna, cultura organizacional, propuesta estratégica, Gestión Humana.

V° B° DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

GENERAL SUMMARY OF WORK OF GRADE

TITLE: INTERNAL STRATEGIC COMMUNICATION PROPOSAL FOR STRENGTHENING OF ORGANIZATIONAL CULTURE IN CI SACEITES S.A.S

AUTHOR(S): JENNIFER ROJAS MEJÍA

FACULTY: Facultad de Comunicación Social

DIRECTOR: CLARA INÉS GARCÍA VILLAMIZAR

ABSTRACT

The present document, will introduce the work and actions realized during the six-month internship in C.I SANTANDEREANA DE ACEITES S.A.S. In the execution of this process was required primarily to support internal company communication. Thus, we conducted a strategic proposal that could contribute to strengthening internal communications to improve organizational culture, creating different spaces of participation for department heads and their staff, encouraging staff to make contributions that would benefit company. Similarly staffs are encouraged to participate in different training process organized by the Department of Human Resources, through press that will awaken interest in being part of the events that would take place in the company. Institutional billboards constantly updating the schedule of events, celebrations and trainings to be held during the month, keeping employees aware of what is done within the company. On the other hand, were created spaces for dialogue and teamwork, which allowed more informal each area managers and their teams. Finally contributed from conducting media and communication spaces to increase the welfare of the employee, making a proposal that led strategies for greater coordination and strategic input to the company.

KEYWORDS:

Internal communication, corporative culture, strategic proposal, human resources.

V° B° DIRECTOR OF GRADUATE WORK

INTRODUCCIÓN

La comunicación interna es la clave para crear y mantener las buenas relaciones entre los trabajadores, a través de los diferentes medios de comunicación disponibles en una organización, los cuales permitan mantener al personal informado de todos los acontecimientos existentes en el entorno organizacional, y de igual manera, motivarlos e incentivarlos para que desarrollen con mayor gusto sus funciones y así puedan contribuir con el alcance de los logros de la compañía.

Con respecto al trabajo realizado durante la pasantía en C.I SACEITES S.A.S. Se tuvo en cuenta las necesidades y falencias existentes en materia de comunicación, para lo cual se implementaron capacitaciones, que mejorarían el clima laboral, y así mismo se crearon espacios de participación para que los colaboradores plasmaran sus ideas, que podrían verse representadas en acciones y de esta manera se sintieran motivados, fomentando así el sentido de pertenencia a la compañía.

De igual forma se realizó un trabajo en conjunto con el Departamento de Gestión Humana, llevando a cabo todos los eventos que contribuyeran con el fortalecimiento de la comunicación interna y el mejoramiento del clima organizacional, disminuyendo el rumor, y aumentando las actividades de trabajo en equipo, para lograr así una mayor interacción entre el personal que labora en la empresa.

1. IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

Nombre de la empresa: C.I. Santandereana de aceites S. A. S. – C.I. Saceites S.A.S.

Dirección: Km 1 Vía Palenque – Café Madrid, Zona Industrial de Chimitá, Bucaramanga, Colombia.

Nit: 890.208.596 - 1

Actividad Económica: Manufactura y comercialización de aceites, margarinas y grasas vegetales comestibles.

La empresa C. I. SACEITES S.A.S. comenzó como una sociedad anónima cerrada constituida mediante escritura pública número 0278 el 02 de febrero de 1981 en la Notaría Tercera de Bucaramanga, la cual durante su existencia ha tenido modificaciones en sus estatutos; la última se protocolizó mediante la escritura pública número 2114 el 29 de Octubre de 2002 en la Notaría Novena de Bucaramanga. A partir del 19 de septiembre de 2011, la empresa cambiaría de sociedad, y pasaría a ser una sociedad por acciones simplificada. Tiene como objeto social efectuar operaciones de comercio exterior y orientar sus actividades hacia la promoción y comercialización de los productos colombianos en los mercados externos. La producción, el procesamiento, la distribución y la comercialización de grasas y aceites vegetales; de mantecas, aceites, margarinas de mesa e industriales para consumo humano y el procesamiento y enajenación de toda clase de semillas de plantas oleaginosas y de sus productos.

Sus actividades productivas y comerciales se iniciaron en el mes de noviembre de 1.983 y durante su existencia ha aumentado su capacidad de producción y diversificado sus productos. Desde octubre de 2.000 la empresa inició la exportación de su producto ACEITE LATINO a Venezuela, obteniendo un gran nivel de aceptación por la buena calidad del mismo y el cumplimiento con que se realizan los despachos. A partir del año 2003 se exporta a Panamá, en el año 2004 a Puerto Rico y en el 2005 a Estados Unidos.

Con el propósito de fortalecer su posicionamiento en el ámbito nacional e internacional, la empresa inició en el mes de octubre de 2000 su proceso de gestión de la calidad bajo la norma ISO 9001:2000.

En la actualidad la empresa se encuentra afiliada al Club ECOPROFIT; Organización que ha reunido a las diferentes empresas que desde el 2001 han participado en el proceso de implementación de esta metodología austriaca, “donde se adopta el concepto de producción más limpia, a través de la enseñanza de módulos prácticos,

mediante asistencia técnica individual y el intercambio de experiencias¹". Este club premia anualmente a las empresas afiliadas por su buen desempeño donde C.I. SACEITES S.A.S. fue merecedora del premio ECOPROFIT GRAN EMPRESA 2008 – 2009. En noviembre del 2009 C.I.SACEITES S.A.S. fue oficialmente adquirida por el Grupo Diana Corporación, DICORP S.A.

La empresa cuenta con tres bodegas de producto terminado, tres plantas de envasado (líquido, sólido y margarina), un centro logístico, unidad de servicios, una cafetería totalmente acondicionada, tres calderas, dos plantas de refinación, tres plantas de fraccionamiento, y oficinas del área técnica y área administrativa¹.

1.1 PLAN ESTRATÉGICO

1.1.1 Misión

"Somos una empresa dinámica, innovadora y orientada al mejoramiento continuo, con trabajadores contentos y comprometidos con la calidad y la rentabilidad de todos los productos que fabricamos para el sector de grasas y aceites vegetales cumpliendo con excelencia los requerimientos legales y garantizando el cuidado y conservación del medio ambiente"²

1.1.2 Visión

"En el 2016 C.I SACEITES S.A.S.

- "Duplicará las ventas en grasas y aceites comparados con cifras del 2011, donde el mercado exportación representará el 5% [en kilos] del total de las ventas nacionales.
- Presentará en su portafolio de productos dos nuevas marcas.
- Todas las áreas obtendrán un mínimo del 80% de satisfacción en la encuesta de clima laboral"³

¹ C.I. SACEITES S.A.S. Manual de inducción corporativo. Reseña histórica. Bucaramanga, 2012.

¹ CLUB ECOPROFIT. Nodo de producción más limpia. Lineamientos premio Ecoprofit, primer año. Bucaramanga 2002. p 2.

² C.I. SACEITES S.A.S. Manual de inducción corporativo. Plan Estratégico. Bucaramanga, 2012.

³ Ibíd.

1.1.3 Política de Calidad

“C.I. SACEITES S.A.S. a través del mejoramiento continuo, cultura de calidad en sus colaboradores, cumple con la ley y satisface al cliente rentablemente”⁴

1.1.4 Política de Gestión Humana

“C.I. SACEITES S.A.S. ofrece y espera de sus colaboradores un ambiente laboral de respeto y equidad, facilitando su actualización permanente para obtener su máximo valor. Propicia espacios de discusión para potencializar su creatividad, desarrollo y sentido de pertenencia, generando así compromiso y lealtad como un camino hacia la productividad.”⁵

1.1.5 Valores Corporativos

Los valores son principios generales por los cuales se rige la empresa y los miembros pertenecientes a ella. Son el fundamento sobre el que reposa nuestra organización⁶:

- **Vocación de servicio:** Voluntad manifiesta de ayudar de manera efectiva y permanente a los demás.
- **Respeto:** Aceptar que no todos somos iguales.
- **Responsabilidad:** Es hacerse cargo de sus propias actuaciones.
- **Compromiso:** Es colocar al servicio de la organización toda su capacidad de actuación.
- **Honestidad:** Es ser coherente entre lo que se piensa, se dice y se hace.

1.2 DESCRIPCIÓN DEL ÁREA ESPECÍFICA DE TRABAJO.

1.2.1 Gestión del talento humano

⁴ C.I. SACEITES S.A.S. Manual de inducción corporativo. Plan Estratégico. Bucaramanga, 2012.

⁵ Ibíd.

⁶ Ibíd.

Es un proceso corporativo cuyo representante y responsable en C.I. SACEITES S.A.S. es el Jefe del Departamento de Gestión Humana. El objetivo de este proceso es planear, desarrollar y monitorear los programas y actividades tendientes a mantener una planta de personal competente, capacitada, entrenada y satisfecha de acuerdo a las políticas de la organización.

1.2.2 Nombre y cargo del supervisor técnico dentro de la empresa.

Abogado, Oscar Ramiro Sarmiento Patiño, Jefe del Departamento de Gestión Humana de la empresa C.I. SACEITES S.A.S.

2. REFERENTE CONCEPTUAL

La comunicación interna va dirigida a todo el potencial humano de una compañía, y se percibe como una de las herramientas clave dentro de las organizaciones para proyectar lo que se desea, partiendo de la satisfacción de sus empleados para realizar sus funciones, ya que la imagen corporativa es el reflejo de un cliente interno satisfecho. “La imagen corporativa refleja en parte, la identidad de una organización. La buena o mala reputación de una organización se determina, en gran parte, por las señales que emite sobre su naturaleza.”⁷ Es decir, que la imagen es percibida de acuerdo a lo proyectado, como un todo, partiendo del hecho que su material más fuerte es el recurso humano.

Por otra parte, la comunicación se ha convertido en una herramienta estratégica dentro de las organizaciones, siendo el eje central para posicionarse en el mercado y alcanzar lo planeado. Ya que los resultados obtenidos y la imagen percibida son el reflejo de la satisfacción del trabajador al realizar sus funciones dentro de la compañía.

Si bien es cierto que la empresa de hoy necesita aportes, creatividad e iniciativa por parte de sus empleados para alcanzar las metas trazadas, se debe realizar la integración de generación de ideas como proyecto de empresa, es decir que el trabajador sienta que sus aportes son valiosos y que bien sea a mediano o corto plazo se van a ejecutar. “La empresa de hoy no puede permitirse el lujo, o la temeridad, de desaprovechar el enorme potencial de inteligencia, iniciativa y creatividad que tiene a su disposición en el conjunto de sus trabajadores.”⁸

No obstante, la falta de información y el mal uso de los medios de comunicación existentes dentro de una organización, genera ruido entre quienes laboran dentro de la misma al no contar con la información de primera mano, puesto que “La ausencia de información deja paso a los rumores, la incertidumbre, el descenso de productividad, la desintegración de la plantilla y la falta de credibilidad del equipo

⁷ CEES, B.M, Van Riel; Comunicación corporativa.

⁸ ELÍAS Joan; MASCARAY José; Más allá de la Comunicación Interna. La Intracomunicación. Diez estrategias para la implantación de valores y la conquista del comportamiento espontáneo de los empleados.

directivo.”⁹ Se puede inferir que, el recurso humano disponible en una organización debe estar al tanto de lo que sucede en su entorno, bien sea favorable o no para la compañía la información que se dé a conocer, es decir, que los colaboradores deben conocer los resultados obtenidos por la empresa, en términos de indicadores que midan la productividad y el volumen de ventas, ya que esto evitará la tergiversación de la información al obtenerse por otro medio.

De igual manera, el clima organizacional contribuye con el incremento de la productividad y los resultados obtenidos por la empresa, bien sea percibido de manera positiva o negativa, de tal forma que si el colaborador se siente satisfecho en un buen ambiente laboral donde no hay espacio para el rumor y el inconformismo, se obtienen resultados significativos en pro de la compañía; mientras que si se tiene un clima laboral de tensión, con rumores constantes e insatisfacción total, no tendrán problema en dejar de realizar las funciones asignadas, lo cual afecta los resultados y el posicionamiento de la organización. “El clima soporta el compromiso y el compromiso el desempeño. La idea es crear un ambiente donde los empleados puedan satisfacer sus necesidades mientras satisfacen las de la organización.”¹⁰ Esta última afirmación resulta valiosa para establecer diferentes estrategias que ayuden a mejorar el clima laboral y disminuir el rumor en Saceites, creando diferentes espacios de participación, en los cuales el trabajador se sienta valorado y tenido en cuenta por la compañía, en la medida que se satisfacen sus necesidades.

⁹ ÁLVAREZ MARCOS, José. Profesor de la Universidad de Sevilla, España. La comunicación Interna, la Estrategia del Éxito. [En línea]. Disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx>.

¹⁰ AGUIERA, Jorge; CAMACHO Natalia; Gerencia Integral de Comunicaciones; Capítulo 3: Comunicación y cultura organizacional.

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Contribuir con el fortalecimiento de las comunicaciones internas para el mejoramiento de la cultura organizacional en C.I. SACEITES S.A.S.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Crear espacios de participación para los colaboradores, quienes contribuyan con el fortalecimiento de los medios de comunicación internos.
- Lograr la interacción y comunicación entre los colaboradores, los jefes encargados de cada área y la Gerencia General.
- Apoyar las actividades del Departamento de Gestión Humana.
- Generar recomendaciones que permitan una reflexión, frente a la gestión estratégica de la comunicación.

4. ACTIVIDADES DESARROLLADAS

En lo que respecta a las actividades que se implementaron dentro de la organización, se tuvieron en cuenta las necesidades con las que contaba C.I. SACEITES S.A.S. con el fin obtener una mejora en materia de comunicación, participación e integración del personal al contar con un buen clima laboral; por consiguiente se programaron las siguientes actividades:

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ESTRATEGIA	ACCIONES
1. Crear espacios de participación para los colaboradores, quienes contribuyan al fortalecimiento de los Medios Internos para toda la organización.	Diseño y elaboración de medios tradicionales.	<ul style="list-style-type: none">• Mejorar el boletín interno (Noti Saceites).• Actualización permanente de carteleras.
2. Lograr la interacción y comunicación entre los colaboradores, los jefes encargados de cada área y la Gerencia.	Organizar y programar reuniones y capacitaciones.	<ul style="list-style-type: none">• Reuniones informativas con la Gerencia.• Reuniones de Grupo Natural.• Capacitaciones de crecimiento personal y autoayuda, "MAGIA PLENA".• Capacitación de Motivación y Liderazgo.• Capacitaciones de sentido de pertenencia y autocuidado.• Emisión constante de comunicados.
3. Apoyar las actividades del Departamento de Gestión Humana.	Coordinar la organización de los eventos.	<ul style="list-style-type: none">• Celebración de Cumpleaños de todos los colaboradores.• Eventos programados por Coordinación de Bienestar Social y Comunicaciones.• Celebración de fechas especiales.• Eventos deportivos. (reuniones periódicas con el Comité Deportivo de Saceites, CODESA.)

4.1 Mejorar el boletín Interno “Noti Saceites”

Noti Saceites es un boletín dirigido a todos los colaboradores de la Comercializadora Internacional Santandereana de Aceites S.A.S. Mediante el cual se pretende evidenciar la información de interés general para los colaboradores de la compañía, teniendo en cuenta que con la elaboración de éste se fortalece el clima organizacional y se logra una mayor interacción entre sí. En este boletín informativo, básicamente se realizan notas referentes a las actividades deportivas, eventos sociales, entrevistas, noticias relevantes que benefician a la compañía y celebraciones especiales, entre otros; cuya finalidad es mantener al personal informado, no sólo de los eventos que se llevan a cabo, sino además de reforzar constantemente los valores corporativos y la importancia de los mismos en la organización, así como se evidencia en la sección *pasatiempos*, que aparece al final de la edición.

4.3 Diseño de comunicados electrónicos con información ágil y oportuna

Teniendo en cuenta que en esta organización a diario surge información relevante de las diferentes áreas de trabajo, se crearon los comunicados electrónicos; donde el personal administrativo, se mantiene al tanto de los eventos próximos a realizarse.

4.4 Realización de reuniones de grupo natural

Las reuniones de grupo natural se realizan con el fin de informar al equipo de trabajo de cada área, acerca las acciones que se están ejecutando y su efectividad, socializando así, cada uno sus indicadores y se mide si realmente se están cumpliendo o no.

4.6 Coordinación de reuniones informativas con la Gerencia General

Las reuniones informativas con la Gerencia, se realizan mensualmente con el fin de exponer los resultados obtenidos, y las metas que se quieren alcanzar para el mes siguiente; teniendo en cuenta algunas propuestas o cambios de mejora expuestas por parte de los colaboradores.

4.7 Realización de eventos deportivos

Estos eventos deportivos ayudaron a fortalecer la integración del personal, ya que la participación en estos torneos es masiva, y ésta requiere del trabajo en equipo.

Así mismo, estas actividades cuentan con un incentivo monetario, el cual hace que los colaboradores tengan mayor interés en participar en los campeonatos que se organizan; aunque los integrantes de cada equipo son seleccionados por sorteo.

4.8 Celebración de los cumpleaños de los colaboradores

Para la celebración de los cumpleaños de los colaboradores, el área de Bienestar Social, organiza y decora la oficina del agasajado, se le obsequia una pequeña torta, una tarjeta con un mensaje de felicitaciones y un globo. De igual forma cada mes se publica en las 7 carteleras institucionales, el listado de quienes están cumpliendo años.

Para los colaboradores que se encuentran en planta, se les hace entrega de un globo, la torta y la tarjeta, ya que muchos de ellos no cuentan con oficina propia, y por ende, no se les puede decorar; sin embargo se buscan en su sitio de trabajo y se les hace entrega del detalle.

Con el fin de generar recordación en el cliente interno (colaborador), se le hace entrega tanto de la torta, como de la tarjeta cada uno, con el respectivo logo de la

compañía, ya que contribuye con el fortalecimiento del sentido de pertenencia y esto hace que el colaborador se sienta importante para la misma.

4.9 Organización de capacitaciones que ayudan a fortalecer la comunicación entre jefes de área y sus colaboradores

Si bien es cierto que, para ejercer una función específica dentro de una organización, uno de los factores determinantes para que se lleven a cabo las tareas asignadas de manera satisfactoria, es la motivación e incentivo que se da por parte de la empresa, para que los colaboradores desarrollen sus funciones de manera agradable. Es por esto, que el Departamento de Gestión Humana, organizó dos capacitaciones de autoayuda y crecimiento personal, y de motivación y liderazgo.

Dichas capacitaciones, se realizaron con el fin de mejorar el estado anímico de los colaboradores, renovando su estado emocional, contribuyendo así con un mejor desempeño en su labor, y por ende, a mejorar el clima organizacional.

4.10 Coordinación de la logística de eventos

El cargo que asume el pasante de Comunicación Social es la Coordinación de Bienestar Social y Comunicaciones de la organización. La cual, es una dependencia de Gestión Humana, y se encarga de garantizar la satisfacción en el cumplimiento de las funciones que desempeña dentro de la compañía y el gusto de todos los colaboradores por pertenecer a esta empresa, teniendo en cuenta el fomento del sentido de pertenencia. Una de las funciones primordiales es la organización de eventos ya sea de Gestión Humana, o de otros departamentos que necesiten la colaboración en los siguientes aspectos:

- Coordinación de la capacitación
- Promoción y campaña del evento
- Inscripciones

- Logística
- Monitoreo del desarrollo del evento

Actividades desarrolladas durante los meses de pasantía:

Área Bienestar Social y Comunicaciones

- Celebraciones
 - ✓ Cumpleaños (Todos los colaboradores)
 - ✓ Día del Ingeniero, día del Ingeniero Químico, entre otros. (Jefes de área)
 - ✓ Amor y Amistad (colaboradores)
 - ✓ Día de los niños (Hijos de los empleados y padres)
 - ✓ Navidad (colaboradores y su Familia)
 - ✓ Antigüedad (colaboradores que cumplen 5, 10, 15, 20 y 25 Años de servicio en la compañía)
 - ✓ Fin de Año (colaboradores)
- Eventos de Integración
 - ✓ Torneo de fútbol (colaboradores)
 - ✓ Tarde de cometas (colaboradores y su Familia)
 - ✓ Torneo de voleibol (empleados de la compañía)
 - ✓ Torneo de ping pong (colaboradores)
 - ✓ Torneo de Bolo Americano (colaboradores y su familia)
- Eventos de Navidad
 - ✓ Concurso de Farolitos (participan los colaboradores con su familia)
 - ✓ Novenas Navideñas (dirigida a todos los colaboradores)
 - ✓ Entrega de Anchetas
 - ✓ Actividad de entrega de Regalos para los Hijos de los trabajadores
 - ✓ Video Quinquenios para los colaboradores.
 - ✓ Coordinación evento de fin de año (Brindis de fin de año)
- Actualización diaria de la información de interés
- Capacitación de motivación y liderazgo, autoayuda y crecimiento personal
- Capacitación y campaña en la implementación del módulo de autogestión

- Lanzamiento nuevo logo
- Reconocimiento al buen desempeño educativo (dirigido a los hijos de los colaboradores)
- Creación, diseño y entrega de Bolsilleros
- Creación y diseño del nuevo manual de inducción a la compañía
- Inducción para personal que ingresa a la compañía
- Actualización constante de comunicados de Gerencia y Gestión Humana
- Comunicados del área de Ambiental, Control de Calidad y Salud Ocupacional

ÁREA: SALUD OCUPACIONAL

- Apoyo logístico en:
 - ✓ Pausas activas
 - ✓ Donación de Sangre
 - ✓ Charlas
 - ✓ Capacitaciones
 - ✓ Exámenes de rutina
 - ✓ Bailo terapia

ÁREA: GESTIÓN AMBIENTAL Y CALIDAD

- Apoyo y difusión de información:
 - ✓ Concursos Ambientales
 - ✓ Auditorias (interna y externa)

- ✓ Capacitación en Buenas Prácticas de Manufactura
- ✓ Normas BPM
- ✓ Incumplimiento de las Normas BPM
- ✓ Campañas Ambientales
- ✓ Reconocimiento por la recertificación del ICONTEC
- ✓ Actividades y capacitaciones del área

5. CONCLUSIONES

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos en el proceso de pasantía, se puede inferir que:

- Con respecto a los espacios de participación para los colaboradores, se logró crear un buzón de ideas, en el cual los colaboradores plasmaban sus aportes para la compañía; se siguieron realizando las reuniones informativas con la Gerencia, los comités primarios entre jefes de área y las reuniones de grupo natural, las cuales contribuyen con el fortalecimiento de los canales de comunicación y disminuyen el rumor.
- Por otro lado, se logró fortalecer el boletín informativo, teniendo en cuenta las sugerencias de los colaboradores en el cambio del diseño, las notas, y el estilo de letra, resaltando allí los protagonistas de los reconocimientos otorgados por su gestión. Sin embargo, los colaboradores no pudieron realizar las notas para el Noti Saceites, ya que no contaban con el tiempo suficiente para realizar la reportería de sus noticias.
- Se realizaron diferentes actividades de esparcimiento y trabajo en equipo, que facilitaron la interacción entre los colaboradores, los jefes encargados de cada área y la gerencia general, mejorando notoriamente las relaciones interpersonales, puesto que en un principio no fue fácil asumir el cambio de gerente, tanto por parte de los colaboradores, como los jefes de área, al no contar con espacios propicios para el diálogo.
- Se incentivó el sentido de pertenencia a la compañía, con las diferentes campañas que se realizaron para aprenderse el plan estratégico de la compañía y los valores corporativos, realizando unos bolsilleros que llevaran esta información, para responder fácilmente a las preguntas que se le hicieran al respecto, por parte del INVIMA.

- Se lograron ejecutar todas las actividades propuestas por parte del Departamento de Gestión Humana, coordinando cada uno de los eventos y capacitaciones que estaban incluidas dentro del “plan de trabajo Saceites 2012”, obteniendo buenos resultados, reflejados en la satisfacción por parte de los colaboradores, en la realización de los mismos.
- Finalmente, se realizó el plan de trabajo 2013, replanteando algunas actividades, eventos y capacitaciones, para que el nuevo pasante de comunicación cuente con diferentes alternativas para desarrollar durante su periodo de aprendizaje en la compañía.

6. RECOMENDACIONES

Si bien es cierto que toda estrategia debe apuntar hacia el logro de los objetivos corporativos, la comunicación interna de la organización debe estar ligada a la gestión, y esto se consigue definiendo un sistema de comunicación e información que logre articular los diferentes medios de comunicación alrededor de un mismo propósito. Es necesario crear políticas de comunicación a cada uno de los diferentes medios a implementar, clasificando los públicos de interés a los cuales va dirigida la información, según sus necesidades.

Si bien en política de gestión humana de C.I SACEITES S.A.S, se plantea que se ofrece y espera de sus colaboradores un ambiente laboral de respeto y equidad, con espacios de discusión para potencializar su creatividad, desarrollo y sentido de pertenencia, obteniendo así mayor compromiso y lealtad como un camino hacia la productividad. Se puede inferir que la información que surja dentro de la organización deberá ser clara, concisa y de fácil interpretación para los colaboradores, donde se logre transmitir el mensaje de manera directa, evitando los rumores (fruto de la ausencia de información), y el inconformismo por parte de los mismos al no contar con la información de primera mano.

Para lograr una comunicación eficaz se debe mantener una interacción constante entre los actores, ya que esto contribuye con el progreso y mejoramiento continuo, aumentando la productividad de la compañía.

Se deberán optimizar los medios de comunicación existentes, y fortalecer la comunicación interna, para que ésta a su vez se vea reflejada externamente. Siendo estos medios la clave para la creación de una nueva cultura, la cual logre fortalecer su imagen hacia los públicos externos.

- Es necesario contar con la articulación de los medios existentes, logrando así dar cumplimiento a todos los objetivos corporativos.

- Si bien es cierto que, se ha mejorado notablemente la comunicación entre la gerencia, los jefes de área y sus colaboradores, es necesario mantener estos espacios propicios para el diálogo y acercamiento entre los mismos, donde se logre disminuir el rumor y la información llegue de primera mano. Permitiendo así, la participación y el aporte de los colaboradores frente a mejoras y beneficios para la empresa.
- Así mismo, se recomienda continuar con las reuniones de grupo natural, y reuniones de comité técnico, ya que estos espacios promueven la comunicación asertiva y los flujos formales de comunicación. Mediante los cuales se logra obtener el aporte y la participación de los equipos de trabajo en la toma de decisiones.
- Realizar campañas que promuevan e incentiven al colaborador a aportar ideas en pro de la compañía, las cuales sean tenidas en cuenta por el comité técnico y sean ejecutadas para minimizar costos, fomentando así el sentido de pertenencia y el amor al trabajo que desarrolla, ya que contribuye con uno de los objetivos corporativos, el cual apunta al mejoramiento continuo, con trabajadores contentos, valorando sus aportes y convirtiéndolos en realidad.
- Contar con un boletín informativo, el cual resalte las actividades realizadas, los aportes de los colaboradores, y destaque las habilidades y talentos de algunos de ellos, generando así, un reconocimiento especial a sus capacidades y aptitudes. Éste boletín informativo podría hacerse mucho más dinámico, cambiando su formato por otro más llamativo, despertando el interés de los trabajadores por hacer parte de él.
- Sería pertinente otorgarle un reconocimiento especial al trabajador que sobresalga en el desempeño de sus funciones, el cual podría reconocerse como “el colaborador del mes”, publicando su fotografía junto con sus funciones en las que se destaca, manteniendo al colaborador contento.

- Realizar actividades lúdicas que apunten al aprendizaje de los valores corporativos, fomentando así el sentido de pertenencia a la organización.
- Promover el sentido de pertenencia y trabajo en equipo entre los colaboradores, representando los valores corporativos en diferentes actividades, tales como “retos Saceites”, un espacio dedicado exclusivamente al conocimiento, habilidades y destrezas para representar los valores institucionales de manera diferente y divertida, captando la atención de todo el personal y el interés de participar en ella.
- Crear un bolsillero innovador con un texto muy claro y conciso de fácil recordación, que logre captar la atención de los trabajadores, y en el cual se resalten los valores institucionales, conociendo los objetivos que quieren lograr, y por los cuales laboran día tras día.
- Realizar un video institucional, que proyecte la imagen de una empresa dinámica, innovadora y orientada al mejoramiento continuo, con un cambio de logo que la hace más auténtica y renovada, manteniendo a trabajadores contentos y comprometidos con el progreso de la organización, desde cada una de las funciones que desempeñan, aportando a la calidad de sus productos.
- Finalmente, se requiere un profesional para que lidere los procesos, teniendo en cuenta que son múltiples las funciones que se desempeñan en este cargo.

BIBLIOGRAFÍA

- AGUIERA, Jorge; CAMACHO Natalia; *Gerencia Integral de Comunicaciones*; Capítulo 3: Comunicación y cultura organizacional.
- ÁLVAREZ MARCOS, José. Profesor de la Universidad de Sevilla, España. La comunicación Interna, la Estrategia del Éxito. [En línea]. Disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx>.
- BLAND, Michael; JACKSON Peter; Comunicación interna eficiente.
- CEES, B.M, Van Riel; Comunicación corporativa.
- C.I. SACEITES S.A.S. Manual de inducción corporativo. Plan Estratégico. Bucaramanga, 2012.
- CLUB ECOPROFIT. Nodo de producción más limpia. Lineamientos premio Ecoprofit, primer año. Bucaramanga 2002. p 2.
- ELÍAS Joan; MASCARAY José; Más allá de la Comunicación Interna. La Intracomunicación. Diez estrategias para la implantación de valores y la conquista del comportamiento espontáneo de los empleados.