

Establecimiento de las bases del departamento de comunicaciones dentro del Ministerio del
Trabajo, Dirección Territorial Santander

Natalia Andrea Martínez Trujillo

Id 254774

Universidad Pontificia Bolivariana – Seccional Bucaramanga

Escuela de Ciencias Sociales

Facultad de Comunicación Social y Periodismo

Bucaramanga

2019

Establecimiento de las bases del departamento de comunicaciones dentro del Ministerio del
Trabajo, Dirección Territorial Santander

Natalia Andrea Martínez Trujillo

Id 254774

Proyecto de grado presentado como requisito para optar por el título de:

COMUNICADORA SOCIAL Y PERIODISTA

Directora del proyecto

Clara Inés García Villamizar

Universidad Pontificia Bolivariana – Seccional Bucaramanga

Escuela de Ciencias Sociales

Facultad de Comunicación Social y Periodismo

Bucaramanga

2019

Tabla de contenido

	Introducción	7
1.	Objetivos	9
2.	Referente conceptual	10
3.	Bases del Departamento de Comunicación	15
	Funciones del responsable del Departamento de Comunicación	15
4.	Cronograma de actividades	16
5.	Acciones específicas para cumplimiento de las funciones	17
	Acciones básicas	17
	Acciones específicas en el marco de la pasantía	18
6.	Plan de acción	19
7.	Referente contextual del marco institucional: Ministerio del Trabajo, Dirección Territorial Bucaramanga	25
a.	Identificación de la organización	26
b.	Misión	27
c.	Visión	27
d.	Organigrama	28
8.	Acciones desarrolladas	28

a.	Establecimiento de funciones específicas para el desempeño óptimo del departamento de comunicaciones.....	28
b.	Estructuración de procesos formales de comunicación interna.....	30
	Estrategia aplicada.....	30
c.	Difusión de información que fortalezca la cultura organizacional y aporte al bienestar de los colaboradores.....	35
d.	Generación de contenido informativo y periodístico relacionado con temáticas de interés.....	36
	Notas periodísticas.....	36
	Piezas gráficas.....	40
e.	Diseñar productos gráficos y multimedia que apoyen la labor comunicativa y el fortalecimiento del clima laboral interno.....	41
9.	Conclusiones.....	42
10.	Recomendaciones.....	44
	Referencias.....	47
	Anexos.....	48

RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO

TITULO: ESTABLECIMIENTO DEL DEPARTAMENTO DE COMUNICACIONES DENTRO DEL MINISTERIO DEL TRABAJO, DIRECCIÓN TERRITORIAL SANTANDER.

AUTOR(ES): Natalia Andrea Martínez Trujillo

PROGRAMA: Facultad de Comunicación Social

DIRECTOR(A): Clara Inés García Villamizar

RESUMEN

El fortalecimiento de los canales de comunicación interna es un factor esencial para la optimización de los procesos de la organización, debido a que la descentralización de la información y la participación activa de los colaboradores genera en ellos una nueva dinámica como prosumidores de medios. Se establece en la Dirección Territorial Santander del Ministerio del Trabajo la fundamentación del departamento de comunicación, teniendo en cuenta que el escenario desarticulado de la oficina en Bucaramanga con el nivel central amerita una reflexión sobre la necesidad de formalizar las comunicaciones y crear los medios o espacios para beneficiar al público interno.

PALABRAS CLAVE:

Comunicación, público interno, medios, horizontalidad, participación, prosumidores.

V° B° DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

GENERAL SUMMARY OF WORK OF GRADE

TITLE: ESTABLISHMENT OF THE BASES OF THE COMMUNICATIONS DEPARTMENT INSIDE THE WORK MINISTRY, TERRITORIAL DIRECTION OF SANTANDER

AUTHOR(S): Natalia Andrea Martínez Trujillo

FACULTY: Facultad de Comunicación Social

DIRECTOR: Clara Inés García Villamizar

ABSTRACT

The strengthening of the channels of internal communication is an essential factor for the optimization of the processes inside the organization, due to the fact that the decentralization of the information and the participation of the collaborators generates a new group of consumers and producers of the information. There establishes in the Territorial Direction of Santander in the Work Ministry the foundation of the bases of the communication department, bearing in mind that the scene dismantled with the Central Level deserves the creation of tools and means to benefit the internal public.

KEYWORDS:

Communication, internal public, media, equality, participation, consumers and producers

V° B° DIRECTOR OF GRADUATE WORK

Introducción

La comunicación interna dentro de las organizaciones se establece como un mecanismo fundamental que aporta el bienestar y posicionamiento dentro y fuera de las mismas. El hecho de que no existan lazos ni se permita la participación de los colaboradores dentro de las empresas, genera una tensión del clima laboral que más adelante se puede ver reflejada en la productividad y la representación de cada uno de los trabajadores en la realidad exterior.

En la actualidad, la comunicación ha migrado a panoramas de participación e interacción con el público, adicionando la digitalización de los medios y canales comunicativos, que facilitan el reconocimiento de datos de interés o situaciones que se desarrollan dentro de la empresa. Todas estas herramientas orientan el desarrollo de la materia, según Formanchuk (2015) hacia la búsqueda de un mayor acceso y disponibilidad de la información, lo que significa una reducción del espectro que se había ocasionado entre los emisores y los receptores en los antiguos modelos de comunicación. La participación del público interno, y el diseño de una red descentralizada de información también son recursos brindados por este nuevo prototipo de comunicación, en donde se reconoce la reducción del control de los datos, teniendo en cuenta la libertad de las personas para compartir y producir comunicación según su punto de vista autónomo; de igual forma se registra una horizontalidad en los procesos, adicionando valor al público interno que hace parte de la red organizacional de la empresa.

Es importante recalcar que la Comunicación 2.0 no es una cuestión únicamente tecnológica sino también actitudinal, es decir, si dentro de la organización no se generan espacios que promuevan la búsqueda, la creación de contenidos y la difusión de mensajes relevantes para los colaboradores, no se puede crear un argumento que perdure en el imaginario colectivo organizacional de la entidad. Esto quiere decir que los trabajadores de las organizaciones se

reconocen como protagonistas y no sólo consumidores de la información, adicional al hecho de que los contenidos se generan a partir de los hechos y experiencias que ellos vivan en su realidad, por lo que se consideran prosumidores.

El establecimiento de unas funciones específicas que promuevan la disposición de un área de comunicación, tales como la promoción de la horizontalidad dentro de la entidad, la estandarización de los procesos de comunicación, la elaboración de material informativo y la coordinación de actos internos y externos, soportan de una manera sostenible el aporte que significa la materia para cualquier organización.

También es importante tener en cuenta la Estrategia de Apalancamiento, de Elías y Mascaray, la cual guió el proceso de las acciones desarrolladas para generar una necesidad comunicativa a largo plazo, que demanda ser suplida constantemente. Estos actos concretos, tales como el mantenimiento periódico de los canales de comunicación, la capacitación constante de los funcionarios en temáticas relacionadas o de interés, el diseño de contenido informativo innovador, la alimentación de la cartelera, la construcción de productos periodísticos, entre otros que se aplicaron durante la estadía en la Entidad Gubernamental, alimentaron las bases y fundamentaron los conceptos de un departamento ausente en la Dirección Territorial Santander.

1. Objetivos

Objetivo

Fundamentar las bases del Departamento de Comunicaciones del Ministerio del Trabajo, Dirección Territorial Santander, enfatizando en la optimización de los procesos de comunicación interna.

Objetivos específicos

- Establecer funciones específicas para el desempeño óptimo del Departamento de Comunicaciones.
- Estructurar procesos formales de comunicación interna.
- Difundir información que permita optimizar el ambiente laboral y generar sentido de pertenencia en la organización.
- Generar contenido informativo y periodístico relacionado con temáticas de interés.
- Diseñar productos gráficos y multimedia que apoyen la labor comunicativa y el fortalecimiento del clima laboral interno.

2. Referente conceptual

La comunicación interna es un área de suma importancia que aporta en gran medida al crecimiento y optimización de los procesos dentro de las organizaciones o empresas. El hecho de que una organización tenga medios para reproducir el relato corporativo y cuente con los profesionales capacitados para ello, no significa que al final se logre un desarrollo exitoso. Según Alejandro Formanchuk (Formanchuk, 2010), el proceso de diagnóstico y aplicación de herramientas que aporten a la comunicación interna 2.0 debe pensarse desde la base de todo: la cultura.

La Cultura organizacional, como concepto, hace referencia a las actitudes, las relaciones y las visiones con las que cada uno de los colaboradores cuenta con respecto a las dinámicas internas de la empresa y el ambiente en el que conviven constantemente. En palabras más asertivas, y según el autor, “la cultura es comunicación en movimiento” (p. 7).

Otros factores que varían dentro de la comunicación 2.0 son los conceptos con los que se edifica el imaginario colectivo dentro de la organización, es decir, el comúnmente denominado empleado pasa a ser reconocido como un colaborador, el público interno ya no es más un receptor sino un actor multidimensional que participa e interactúa con su entorno, el recurso humano es considerado persona, y la concentración y centralización del poder pasa a un segundo plano para brindar oportunidad de acción a los que anteriormente se consideraban pequeños.

Lo importante de las dinámicas comunicacionales no es predecir lo que puede llegar a pasar si se implementan herramientas tecnológicas como blogs, wikis y Skype, sino construir una visión a partir del escenario interno y desplegar de ahí la variedad de opciones que se ajustan a la realidad de la organización.

Formanchuk (2010), especifica que la comunicación interna 2.0 se mueve siguiendo las trayectorias planteadas por la cultura y el entorno institucional; de acuerdo con esto, para cimentar las bases de un departamento de comunicación, y plantear los recursos necesarios, se deben tener en cuenta los siguientes aspectos:

- **Acceso y disponibilidad:** La comunicación interna 2.0 demanda que todos y cada uno de los colaboradores de la empresa cuenten con un acceso eficaz a la información, es decir, que a pesar de los grandes riesgos que puede significar la posesión de datos confidenciales, la confianza y el acceso igualitario es un factor necesario para favorecer esta corriente innovadora.
- **Igualdad:** Reducir la asimetría entre los emisores y receptores, y permitir que exista un flujo multidireccional de la información, promueve la equidad y la horizontalidad del proceso.
- **Usabilidad:** La empresa debe comprometerse a brindar los recursos para que el panorama se transforme a pasos pequeños. Según el autor, “que la realidad no prohíba lo que la ley permite”.
- **Participación:** Una organización que sea sensible a la diversidad de sus trabajadores, tiene la facilidad de adquirir experiencias y representaciones variadas, esto evita que se homogenice el público objetivo, y se logre integrar cada colaborador a los objetivos del plan. Es importante también entender que los conceptos de las personas que funcionan articulando la organización, son igual o más importantes que los de los propios supervisores o gerentes que muchas veces se encuentran alejados de la realidad interna.

- **Interacción:** La era 2.0 brinda las condiciones para que el personal tenga la oportunidad de interactuar e intervenir en los procedimientos llevados a cabo dentro de la empresa, esto quiere decir que cuenta con capacidades suficientes para originar y compartir contenidos de manera bidireccional, de manera que se maximiza la interacción en un modelo a escala de red.
- **Construcción colectiva y colaboración:** Cooperación en la elaboración abierta de contenidos, es el término que utiliza el autor para describir la manera en que se construye la comunicación interna en la era 2.0. El desafío principal que se presenta es organizar y aceptar lo diferente, lo que no corresponde a las minorías que dirigen, pero la potencialización de la inteligencia colectiva es el beneficio que incrementa el conocimiento.
- **Escuchar, responder y hacer:** Por sí solo, el hecho de escuchar representa un gran crecimiento en el ámbito de bienestar del personal interno, pero el reto se constituye realmente al momento de asumir una responsabilidad con lo que se dice y se hace con lo que se escucha. Actuar en consecuencia con la retroalimentación brindada es clave para fortalecer la comunicación interna.
- **Respeto y reducción del ego:** La buena comunicación sólo se hace posible cuando sus interlocutores y el público al que se dirigen constantemente demuestran respeto y valor mutuo. Según Formanchuk, el “mantra” de la comunicación 2.0. es concebir a las demás personas como iguales, y aunque esto vaya en contra de los modelos tradicionales y unidireccionales de comunicación, en esta clave se encuentra el éxito del proceso. “Pensar entre todos, escribir entre todos, y decidir entre todos” (Formanchuk, 2010).

- **Red e interacción:** Se hace un recordatorio básico para superar los modelos de comunicación clásicos, e insertar nuevos modelos que contengan liderazgos flexibles y dinámicos, bajo un modelo de red que propicia la interacción continua.
- **Reducción del control:** Preguntarse cómo controlar todo únicamente prolonga la unidireccionalidad y el direccionamiento equívoco; las nuevas generaciones de la comunicación deben plantearse la pregunta de cómo aprovechar lo que no controlan, y reconocer de manera genuina que todos tienen potencialmente las capacidades necesarias para publicar información.
- **Desintermediación y horizontalidad:** Facilitar el contacto con la información no sólo garantiza el derecho a los colaboradores y miembros de la empresa de acceder a esta, sino que al mismo tiempo garantiza que llegue al máximo número de lugares posibles y de alguna u otra manera simplifica un poco la tarea de los profesionales en la comunicación. Es importante también reconocer que, “una interconexión de igual a igual con un mínimo de intervención facilita el contacto y la generación de plaza pública” (Formanchuk, 2010).

Aunque la gran mayoría de las veces, la comunicación ha sido considerada “el pariente pobre de la torre de marfil” (Gumucio, 2004), y una actividad académica poco representativa en el ámbito empresarial, con la evolución de las técnicas de manejo de personal, y el reconocimiento del gran potencial que esta representa, se vuelve necesario entender que una comunicación asertiva a nivel empresarial representa el funcionamiento dinámico de la organización y juega un papel de gran importancia en cada una de las actividades que se llevan a cabo dentro de la misma. Desde un punto de vista generalizado, notamos que la comunicación está presente en todas las acciones y labores diarias, ¿por qué no podrían optimizarse para

mejorar el rendimiento de la institución? Según los autores Cala y Cruz (2016), el éxito de cualquier institución depende de que sus metas, objetivos, valores, proyectos y temas de interés interno sean compartidos con total claridad a todos los miembros de la misma.

El punto de todo esto es que no basta sólo con informar, y por esto irónicamente no alcanza con tener personal dedicado únicamente a recolectar y compartir la información, si no se tiene en cuenta la facultad de jugar a emisor y receptor, la capacidad creativa y de gestión, las aptitudes de reconocimiento y expresión, y las habilidades con las que cuenta un profesional en la comunicación para fortalecer las bases internas.

3. Bases del departamento de comunicación

Funciones del responsable del departamento de comunicación

El responsable del departamento de comunicaciones dentro de la organización cuenta con funciones comunicativas que van desde lo general a lo particular, teniendo en cuenta que se dispondrán las bases del departamento de comunicaciones; las primeras (generales) van enfocadas a establecer acciones de comunicación básicas que den a conocer la importancia de mantener un departamento de comunicación dentro de cualquier entidad, y las segundas (particulares) se preocupan por fortalecer los canales de comunicación interna que se han estado manejando por medio de otras áreas afines, con la finalidad de suscitar la necesidad en los funcionarios de mantenerse informados de lo que sucede dentro y fuera de la entidad por medio de los diversos recursos aplicados.

A continuación se presentan las funciones realizadas por la pasante como fundamentación de las bases del departamento que más adelante se desarrollarán con las acciones específicas requeridas en la labor de pasantía académica, (Diez, 2011):

- Establecer acciones de comunicación horizontal dentro de la empresa.
- Estandarizar los procedimientos comunicativos en la organización.
- Informar a todo el personal sobre los sucesos internos y externos de interés.
- Funcionar como puente entre la organización y su entorno.
- Elaborar material informativo enfocado al público interno.
- Organizar y coordinar actos, acontecimiento y actividades públicas de la empresa.
- Participar en la definición de las líneas de publicidad y materiales de marketing.

5. Acciones específicas para el cumplimiento de las funciones

Acciones básicas

- **Crear la cartelera como un recurso informativo de actividades que se llevan a cabo en la institución.**

La cartelera es un canal de comunicación interno que brinda a los colaboradores de la institución información de las actividades que se llevan a cabo en la organización. En este espacio se pueden agregar cápsulas informativas sobre datos institucionales, novedades de interés especial y fechas especiales. Adicionalmente, se comparten piezas gráficas diseñadas para rotar en espacios digitales, y de esta manera suplir las necesidades ilustrativas de las personas que no hacen uso del correo institucional, como por ejemplo, el personal de servicios generales o usuarios que no tienen acceso al mismo. (Ver anexo 1)

- **Generar listado de cumpleaños, para reconocer a los funcionarios que hacen parte de la organización.**

Este recurso genera un aumento del sentido de pertenencia con la institución. Así, se crea un listado de cumpleaños de los colaboradores pertenecientes a la organización y se generan piezas gráficas de difusión interna para la celebración de esta fecha especial. (Ver anexo 2)

- **Planear y organizar eventos y fechas especiales, que representan motivos de importancia para la entidad del Estado.**

Las fechas representativas de la institución, como días de celebración de las profesiones, temáticas relacionadas con festividades laborales, o fechas estipuladas por el Estado para sus entidades, se recordarán y se difundirán en las redes de comunicación interna, a través de

recursos digitales y físicos, para que todos los colaboradores de la entidad se encuentren enterados de las novedades que les competen. (Ver anexos 3, 4, 5 y 6)

Acciones específicas en el marco de la pasantía

- **Realizar notas periodísticas semanales.**

Se realizarán notas periodísticas periódicas con temas de interés particular relacionados a las temáticas trabajadas por la institución (novedades laborales, congresos asistidos, capacitaciones y visitas, entre otros), y se publicarán en redes internas, siempre y cuando cuenten con la autorización del tutor de pasantía. (Ver anexo 7)

- **Difundir Boletines Informativos mensuales.**

Este formato de comunicación se distribuye únicamente dentro de los canales internos de la Dirección Territorial, y tiene la función principal de informar mensualmente a los colaboradores de la entidad las novedades que les competen, o los sucesos particulares que suceden dentro de la institución a lo largo del mes.

- **Elaborar infografías como recurso informativo alternativo.**

Las infografías son un recurso informativo innovador que permite condensar una temática extensa en gráficos de lectura sencilla, para de esta manera desglosar al público interno asuntos de interés particular.

- **Alimentar el banco de fotografías.**

Crear y alimentar el Banco de Fotografías de la institución, con motivo de mantener soportes para las notas periodísticas, los boletines informativos y los recursos adicionales como carteleras o infografías. Todas las fotografías registradas en circunstancias laborales contarán con la

aprobación del pasante en curso con respecto a cesión de derechos de autor y permisos especiales de utilización de recursos gráficos.

- **Diseñar y difundir piezas gráficas**

Las piezas gráficas sirven de apoyo para difundir, en los diferentes canales de comunicación del Ministerio de Trabajo, información de interés de los colaboradores. El diseño y la implementación de este recurso queda a disposición del pasante, teniendo en cuenta que no se manejan plantillas específicas para la difusión del contenido. Es de gran importancia tener en cuenta para la realización de las piezas los colores y las tipografías designados en el Manual de Imagen Corporativa gestionado por el Grupo de Comunicaciones y Prensa del Ministerio de Trabajo.

- **Producir y editar elementos informativos multimedia**

Se llevará a cabo la producción de obras multimedia, tales como videos o podcasts, para alimentar el grupo de recursos que amplían la información de la institución.

6. Plan de acción

A continuación se presenta el plan de acción de acuerdo con los objetivos planteados y la intención primordial de fortalecer las dinámicas de comunicación interna dentro de la Entidad Gubernamental.

OBJETIVO	ESTRATEGIA	ACCIONES
Establecer funciones específicas para el desempeño óptimo del	Implementar una serie de funciones específicas (basadas en la teoría de Sara	<ul style="list-style-type: none">• Seguimiento de las funciones propuestas por la

<p>Departamento de Comunicaciones</p>	<p>Diez) para optimizar las funciones y la gestión del departamento de comunicaciones dentro de la entidad pública.</p>	<p>autora y adaptación por parte del estudiante en calidad de pasante que representa el Departamento de comunicaciones dentro de la entidad pública.</p>
<p>Estructurar procesos formales de comunicación interna</p>	<p>La estructuración de los procesos formaliza la gestión de la comunicación interna y fortalece los canales como única fuente informativa confiable y verídica dentro de la dirección territorial.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener comunicación periódica con los funcionarios a través del correo institucional. • Aplicar la Estrategia de Apalancamiento de manera que oriente y fije las acciones de comunicación interna como un eje necesario dentro de

		<p>la dinámica organizacional de la Entidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Brindar reconocimiento al nuevo departamento y sus diversos canales a través de los espacios de capacitación y relacionamiento que se brinden dentro de la entidad territorial.
<p>Difundir información que permita optimizar el ambiente laboral y generar sentido de pertenencia en la organización</p>	<p>Visibilizar las acciones que se llevan a cabo por el Ministerio del Trabajo en lo que respecta a actividades laborales y celebración de fechas de importancia para sus colaboradores. También se dan a conocer las actividades a las que asiste la entidad pública para</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Cartelera como canal de comunicación primario que brinda información relevante relacionada con la organización.

	<p>construir un escenario informativo global del que todos los funcionarios hagan parte.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La celebración de cumpleaños y fechas especiales. • Los boletines informativos semanales permiten que los funcionarios se hagan partícipes de la información, la adopten y la repliquen.
<p>Generar contenido informativo y periodístico relacionado con temáticas de interés</p>	<p>Temáticas relacionadas con situaciones laborales, foros llevados a cabo por entidades asociadas o un suceso de interés son los ámbitos a tratar dentro de este objetivo específico.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Las notas periodísticas como recurso primordial utilizado para la difusión de información relevante. • Boletines informativos semanales.
<p>Diseñar productos gráficos y multimedia que</p>	<p>El apoyo de herramientas digitales para la</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La realización de piezas gráficas

<p>apoyen la labor comunicativa y el fortalecimiento del clima laboral interno.</p>	<p>composición de estrategias de comunicación interna es un factor clave al momento de edificar un nuevo departamento de comunicaciones.</p>	<p>como recurso innovador para la difusión de información.</p> <p>Aumenta la disposición de lectura y reconocimiento por sus detalles sobresalientes, formas y colores.</p> <ul style="list-style-type: none">• Los productos multimedia se llevarán a cabo con la finalidad de brindar apoyo o información complementaria a un recurso ya existente. Elementos como videos o podcasts también generarán contenido
--	--	--

		<p>individual para los funcionarios de la DT.</p> <ul style="list-style-type: none">• La infografía es uno de los mecanismos informativos más modernos, que permite condensar una gran cantidad de información en módulos expandibles o de redirección, permitiendo que el usuario interactúe con el recurso y se apropie más fácilmente de los datos.• Creación del banco de fotografías.
--	--	---

Figura 2. Plan de acción

7. Referente contextual del marco institucional: Ministerio del Trabajo, Dirección Territorial Santander



Figura 3. Logo Ministerio de trabajo

El Ministerio del Trabajo es una institución delegada del Estado cuyo objetivo primordial es generar empleos de calidad y velar por los derechos primordiales de protección laboral, social y económica del trabajador. Si bien esta institución cuenta con personal capacitado para solucionar confrontaciones, denunciar las situaciones de inequidad de género o discriminación laboral y orientar a aquellos que han sido despedidos son justa causa, el eje de desarrollo principal del Ministerio es capacitar y formar talento humano para convertir el trabajo en un centro de progreso social.

Día tras día esta institución se encarga de luchar por erradicar la informalidad, la desprotección social, el trabajo infantil, y procura disminuir la brecha entre los trabajadores y el sistema de inspección, vigilancia y control, para así lograr asumir verdaderamente la responsabilidad de proteger los derechos fundamentales del trabajador, e intervenir oportunamente en inconvenientes laborales que terminen desprotegiendo a la principal fuerza de trabajo: la gente.

Dentro de los objetivos de calidad que se propone la institución para posicionarse como una de las entidades con mayor gestión y eficacia del país, se encuentran (Ministerio del trabajo, 2014):

- **Aumentar los niveles de satisfacción de los ciudadanos:** El Ministerio de Trabajo se preocupa por brindar la atención adecuada a cada usuario que lleva un proceso dentro de la institución, y cuenta con profesionales capacitados para orientar de la forma indicada a cada persona de manera particular y personalizada.
 - **Fortalecer el desempeño de los procesos:** La gestión adecuada de todos los procedimientos laborales y la eficacia de los procesos es uno de los indicadores que constantemente se miden dentro de la institución.
 - **Garantizar disponibilidad y uso eficiente de los recursos:** Los recursos que se administran en la Dirección Territorial son inventariados, diligenciados y tramitados con finalidades específicas, por ende, se cuenta con registro y soporte de las acciones que se llevan a cabo con bienes públicos para beneficio social.
 - **Capacidad de autogestión y labor:** Los colaboradores y funcionarios públicos que hacen parte del Ministerio de Trabajo cuentan con capacidades de autogestión de las labores que les corresponden, por ende, se liberan las cargas de trabajo y se optimizan las tareas con el fin de rendir cuentas a la ciudadanía y agilizar los procesos laborales correspondientes para el bienestar de la población Santandereana.
 - **Recursos ambientales:** La organización gubernamental está comprometida con el medio ambiente, y en la actualidad se encuentra desarrollando un proyecto de gestión ambiental que pretende reducir costos y cantidades de recursos físicos, que más adelante se suplirán por elementos tecnológicos, para que de esta manera los procesos, trámites y reposiciones se lleven a cabo con responsabilidad ecológica. (Ministerio del trabajo, 2014)
- a. Identificación de la organización:**

Nombre de la entidad: Ministerio del Trabajo, Dirección Territorial Santander.

Nombre del director: Ofelia Hernández Araque

Dirección Sede: Calle 31 No. 13 – 71, Bucaramanga.

Teléfono: 630-2250

Extensión: 6831

Correo electrónico: ohernandez@mintrabajo.gov.co

b. Misión

Formular, adoptar y orientar la política pública en materia laboral que contribuya a mejorar la calidad de vida de los colombianos, para garantizar el derecho al trabajo decente, mediante la identificación e implementación de estrategias de generación y formalización de empleo; respeto a los derechos fundamentales del trabajo y la promoción del diálogo social y aseguramiento para la vejez. (Ministerio del trabajo, s.f.)

c. Visión

Para el 2018, ser reconocidos como el Ministerio que promueve la protección, vinculación, formalización y el acceso al trabajo de los colombianos en las diferentes etapas de su ciclo de vida laboral, en el marco del trabajo decente; gestionando la consolidación del Sistema de Protección para la vejez y la articulación intersectorial. (Ministerio del trabajo, s.f.)

d. Organigrama

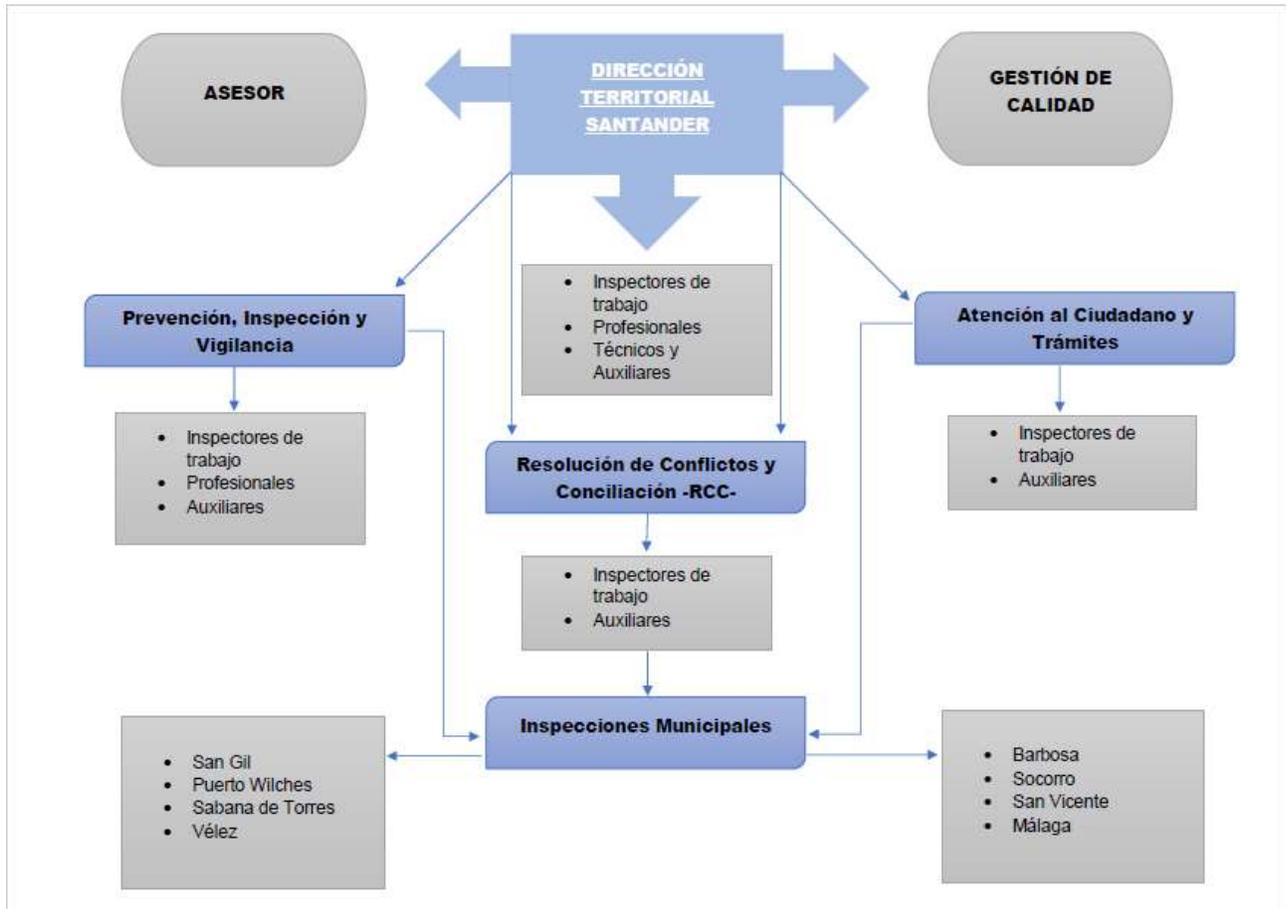


Figura 4. Organigrama Ministerio del trabajo Dirección Territorial Santander. Fuente: Natalia Martínez

8. Acciones desarrolladas

a. Establecimiento de funciones específicas para el desempeño óptimo del departamento de comunicaciones

Se tomó en cuenta una guía de funciones con base en los planteamientos de la autora Diez (2011), que correspondían a las principales necesidades de comunicación interna que se presentaron dentro de la Entidad del Estado. Las funciones expuestas fueron estudiadas y

corroboradas por los supervisores de la organización, y de esta manera se procedió a establecer el fundamento del departamento, con bases sólidas de las acciones específicas a realizar (ver plan de acción) para que permanezcan a lo largo de la implementación en materia de comunicación, y se modifiquen a futuro con base en los cambios conceptuales y tecnológicos que surjan en el tiempo.

De la siguiente manera, se ejemplificarán algunas de las técnicas desarrolladas y acciones implementadas para cada una de las funciones planteadas:

- Estandarizar los procedimientos comunicativos en la organización: Se prolongaron durante toda la pasantía actos orientados por la Estrategia de Apalancamiento que solidifican el departamento y mantienen la periodicidad dentro del público interno; estos incluyen a) Conformar un puente de comunicación con el Nivel Central para tener en cuenta las pautas institucionales, b) Coordinar y llevar a cabo eventos institucionales (Ver anexos 3,4, 5 y 6), c) Asistir a reuniones que generen impacto para la organización (Ver anexo 8), c) Llevar a cabo capacitaciones que contengan contenido de Bienestar y Campañas de Comunicación planteadas por la Ministra de Trabajo, Alicia Arango, desde el Nivel Central (Ver anexo 9), d) Formalizar los canales de comunicación brindados, tales como el correo institucional y la cartelera, para que se contemplen como canales autorizados de difusión de información.
- Informar a todo el personal sobre los sucesos internos y externos de interés: Se llevó a cabo una campaña de difusión de boletines informativos semanales, que contuviesen noticias o piezas gráficas relacionadas con los sucesos de la semana (Ver anexo 10). Adicionalmente se compartían a través del correo institucional diseño multimedia con motivo de fechas especiales y en los recursos físicos, como las carteleras, se difundía

semanalmente información basada en los pronunciamientos de la Ministra o campañas del Sector Trabajo adoptadas por la Dirección Territorial.

- Funcionar como puente entre la organización y su entorno: Se hizo presencia en múltiples eventos del Sector, de manera que además de recolectar información para compartir con el público interno, se contó con la oportunidad de interactuar con los vinculados a diferentes organizaciones sindicales, se conocieron a fondo grupos de investigación de oportunidades laborales, se trató individualmente con personas que alegaban problemáticas de pensión, desigualdad de derechos laborales entre otros. De esta manera se establece un camino cruzado entre la Organización Gubernamental y quienes dependen de ella, teniendo en cuenta los conceptos de las personas que sufren la realidad laboral diaria y los alcances que tiene la entidad. Adicionalmente, se proyectaron recursos gráficos con información clave en los espacios de atención al usuario, y se realizaron capacitaciones para optimizar los trámites llevados a cabo con el Estado.
- Elaborar material informativo enfocado al público interno: Piezas gráficas alusivas a fechas especiales, capacitaciones con los miembros del equipo en campañas planteadas por nivel central y el departamento de bienestar, y notas con los sucesos de la semana que le interesan a los Inspectores de Trabajo y Auxiliares Administrativos (Ver anexo 11).
- Organizar y coordinar actos, acontecimientos y actividades públicas de la empresa: Capacitaciones internas, coordinación y cubrimiento de eventos propuestos por el Ministerio de Trabajo, y organización y desarrollo del Evento conmemorativo de Día del Trabajo Decente.
- Participar en la definición de las líneas de publicidad y materiales de marketing: Se llevó a cabo una estrategia publicitaria en la intranet y medios digitales para dar a conocer el

proyecto “Estado Simple, Colombia Ágil”; Adicionalmente se llevó a cabo el diseño de un brochure para la celebración del Día del Trabajo Decente, y otro para la campaña de agilización de trámites con el estado (Ver anexo 12 y 13).

b. Estructuración de procesos formales de comunicación interna

Del planteamiento anterior se derivan una serie de acciones que proceden a formalizar el área de comunicación interna, para que sea reconocida como una necesidad básica de la organización y se pueda ampliar el espectro de alcance de público interno, conformado por los colaboradores, funcionarios y usuarios que hacen parte de la Dirección Territorial Santander. Es importante aclarar que actos como mantener comunicación periódica con los funcionarios por la intranet, brindar espacios de capacitación y relacionamiento, y orientar la dinámica organizacional con la difusión de información pertinente se diseñan e implementan bajo la dirección y supervisión de la actual directora y el Nivel Central. Todo esto se logró llevar a cabo bajo la orientación de la Estrategia de Apalancamiento, cuya aplicación se gestó de la siguiente manera:

Estrategia aplicada:

“Dadme un punto de comunicación y <moveré> la organización” (Elías & Mascaray, 1998, pág. 115)

Durante el proceso llevado a cabo en el Ministerio de Trabajo, Dirección Territorial Santander, se tomó como base direccional una estrategia que aspirara conseguir cambios significativos en el sistema organizacional de la institución, para que de esta manera el aporte generado durante la actividad académica significara un avance en el área.

Para este caso específico, después de visualizar algunas de las principales falencias de la organización, a través de los conceptos compartidos por Dirección y los colaboradores de la

Entidad, como lo son la falta de pertenencia y cultura organizacional arraigada, la ausencia de información relevante que manifieste los alcances de la institución, el distanciamiento que existe entre los cargos y la falencia en la horizontalidad de la comunicación, entre otras, se decidió implementar la Estrategia de Apalancamiento, sugerida por Joan Elías y José Mascaray, cuya principal característica radica en conseguir cambios sostenibles y duraderos en el conjunto del sistema, a partir de introducir pequeñas acciones aplicados en los puntos adecuados (Elías & Mascaray, 1998).

La premisa a la que remite esta estrategia seleccionada especifica que “cualquier modificación, por insignificante que sea, que se introduzca en un elemento, afecta la organización total del sistema” (Elías & Mascaray, 1998, pág. 113), es decir, como el denominado “efecto mariposa”, los profesionales en el campo de la comunicación tenemos la oportunidad de actuar sobre una cantidad interminable de elementos del sistema, que, bien elegidos y con un plan ejecutado correctamente, nos permiten obtener un resultado fuerte y sostenible. Lo importante en esta herramienta de optimización, es conocer realmente el punto adecuado sobre el cual se va a trabajar, y no erradicar la posibilidad real de hacer un cambio.

Teóricamente hablando, “la Estrategia de Apalancamiento consiste en la ordenación metodológica de decisiones y recursos, encaminada a averiguar las causas subyacentes o últimas que ocasionan un determinado problema o situación que pretendemos solucionar o modificar y, una vez descubiertas, actuar sobre ellas para obtener el objetivo propuesto” (Elías & Mascaray, 1998, pág. 116).

El diseño de la estrategia, siguiendo los pasos del autor y precisando el proceso que formalmente se debe seguir, se realizó de la siguiente manera:

Definir el problema: Durante las primeras semanas, mediante un método de observación y la aplicación de unas preguntas a modo de encuesta, se realizó una intervención del personal de la Dirección Territorial, y se encontraron las siguientes falencias dentro de la organización

- Ausencia de la horizontalidad en los procesos (comunicativos y en materia laboral).
- Desconocimiento de los proyectos llevados a cabo por la Dirección Territorial para sus colaboradores y el público en general.
- Inexistencia de una cultura organizacional interna que reconozca a los trabajadores y fortalezca las relaciones entre cada área de trabajo.

Reuniendo esta serie de fallas organizacionales, se puede decir que el principal problema consiste en la **ausencia de procesos de comunicación interna** dentro de la Dirección Territorial.

Identificación de las causas: Para determinar la profundidad del problema se tienen en cuenta los siguientes elementos que desde el punto de vista de quien desarrolla el planteamiento de la estrategia influyen directamente en la generación del problema:

- Inexistencia de un profesional experto que reconozca las problemáticas esenciales de la comunicación en la organización y plantee un grupo de soluciones certeras.
- Ineficiente relación entre los procesos comunicacionales desarrollados desde Nivel Central con los de cada Dirección Territorial.
- Falencia en la interconexión entre las áreas de trabajo dentro de la organización.
- Un sistema básico piramidal que impide el flujo dinámico de la información. La jerarquía es la base de todo proceso.

Análisis de los síntomas: El actual sistema de funcionamiento organizacional, que difícilmente es alimentado por el departamento de Bienestar, no da la importancia necesaria a los

proyectos y acciones que se llevan a cabo dentro de la Dirección Territorial; también es evidente que la cultura organizacional presenta vacíos significativos, pues antes de que se instaurara el área de comunicaciones con motivo de la pasantía, se reportaban pocos esfuerzos para el reconocimiento de los colaboradores y mínimas actividades planeadas para reforzar las relaciones humanas. Adicional a esto, los pocos intentos demandados por el público interno generalmente se ven minimizados por la ausencia de presupuesto u otras prioridades de metas gubernamentales que no contemplan la importancia del proceso comunicativo dentro de la institución.

Si bien esta situación parece carecer de importancia para los directivos regionales, el hecho de que se alterne el personal constantemente y lleguen nuevas generaciones a instalarse dentro de la organización es un llamado de atención importante para generar la cultura y los canales de comunicación apropiados, teniendo en cuenta que en un mundo globalizado, tecnificado, con aportes de las TIC, una empresa con carencias en el área de la comunicación presentará falencias en las funciones, disposiciones y proyecciones futuras.

Hipótesis de la evolución del proceso: Si se continúa evitando la aplicación de herramientas comunicacionales y no se fortalecen los lazos con las personas expertas que desarrollan estas acciones desde Nivel Central, la entidad regional terminará por perder oportunidades de relacionamiento con la comunidad, no se logrará la eficacia de los procedimientos internos y externos, y la cultura organizacional será un tema olvidado que terminará acarreado problemas de poca importancia pero en los cuales hay que invertir tiempo y recursos de solución.

Por otro lado, la implementación de las pequeñas herramientas y bases impartidas durante el tiempo de pasantía, generan fertilidad en un terreno inexplorado por la territorial, y abren paso a la creación de un camino incluyente, en donde los problemas verdaderamente son escuchados y

las soluciones son certeras por el conocimiento de la comunidad interna. Adicionalmente los recursos tecnológicos de la comunicación digital y el reconocimiento de las labores institucionales brindan mayor credibilidad y un potencial esfuerzo por la simple satisfacción del logro cumplido. Con todos estos beneficios y sumado a esto el mejoramiento del clima laboral, será inevitable encontrarse con un escenario de optimización laboral por cada miembro del equipo, y de verdadero sentido de pertenencia.

Esto no significa que se acabarán los problemas de toda índole, pero las conexiones establecidas con las áreas y el respaldo del público interno para afrontarlas y superarlas será un efecto clave en el éxito de la organización.

Solución: La solución se presenta en un grupo de acciones anteriormente mencionadas en el Plan de Acción que representan las bases del trabajo de un departamento de comunicación en la institución. Todo esto fundamentará lo que más adelante (si los procedimientos se continúan y se vuelven sostenibles) será la base de un área que apoyará de manera eficaz y efectiva los proyectos de Dirección y Bienestar.

Punto de apalancamiento: El punto sobre el que se trabajó en primer lugar para generar nuevas situaciones que aportaron al crecimiento y un posible establecimiento oficial de un departamento de comunicaciones son las *funciones de comunicación interna*.

c. Difusión de información que fortalezca la cultura organizacional y aporte al bienestar de los colaboradores

Pequeños o grandes sucesos, fechas especiales, y acontecimientos que ocurran dentro de la entidad a lo largo de los meses, se registrarán y se difundirán a través de medios tradicionales para crear el ambiente de trabajo adecuado, y optimizar las relaciones laborales en pro de generar

sentido de pertenencia y comodidad en el espacio donde invierten la mayor parte del tiempo. Se diseñaron un total de 43 piezas gráficas contenidas en la Sección de Anexos, que fueron difundidas en medios físicos como la cartelera o virtuales como el correo electrónico; se realizó total cobertura de 10 eventos de interés, y se llevó a cabo la producción del Evento más importante del año para la Entidad (Día del Trabajo Decente).

d. Generación de contenido informativo y periodístico relacionado con temáticas de interés

Los sucesos relacionados con novedades del Sector Trabajo, la difusión de los eventos que cuentan con la participación del Ministerio, y datos curiosos sobre realidades del mundo laboral, son las temáticas que se han tratado en las notas periodísticas y piezas gráficas llevadas a cabo periódicamente para informar a la comunidad interna de la actualidad del Ministerio. A continuación se presenta un cuadro con los contenidos realizados y en la sección de Anexos se encontrarán las piezas gráficas relacionadas (Ver anexo 7).

Notas periodísticas:

Titular	Temática
Día Internacional del pensionado y Beneficiarios del BEPS	La celebración buscó el reconocimiento de los adultos mayores pensionados y beneficiarios del BEPS. La misma se llevó a cabo en las instalaciones del centro de convenciones de Neomundo, el día 24 de agosto del presente año.
Comité departamental de lucha contra la trata de personas	La administración departamental llevó a cabo la socialización de diversas actividades que invitaban a la

	<p>ciudadanía a tomar conciencia del problema que representa la trata de personas, a denunciar los casos y a apoyar a las personas víctimas de esta modalidad delictiva.</p>
<p>Visita de la Secretaría General en la Dirección Territorial Santander</p>	<p>Durante la reunión que se llevó a cabo con los funcionarios públicos que hacen parte de la Dirección Territorial Santander, y que contó con la participación especial de la Secretaria General de la entidad, Helena Bermúdez, se trataron temáticas relacionadas con la proyección de la nueva Ministra, Alicia Arango, y se llevó a cabo un sondeo de las principales problemáticas que surgen dentro de la territorial.</p>
<p>Capacitación en solución de errores Sistema de Información IVC</p>	<p>En la Dirección Territorial Santander se está llevando a cabo la implementación de una campaña informativa con motivo de la gestión autónoma de los inconvenientes presentados en la puesta en práctica del Sistema de Información IVC.</p>
<p>Celebración día del Trabajo Decente</p>	<p>El día cuatro de octubre se llevó a cabo en la ciudad de Bucaramanga la celebración que reconoce el Trabajo Decente como única práctica viable dentro de los escenarios</p>

	<p>laborales, y contó con la participación del Ministerio del Trabajo, junto con la Subcomisión Departamental y las entidades que conforman el Sector Trabajo.</p>
<p>Difusión Celebración Día del Trabajo Decente</p>	<p>El reconocimiento al Día del Trabajo Decente en Santander se realizó dentro de la Dirección Territorial a través de una campaña de difusión de las buenas prácticas que debe adoptar el sector laboral.</p>
<p>Capacitación Sisinfo</p>	<p>El viernes 12 de octubre se llevó a cabo una capacitación a todos los funcionarios de la Dirección Territorial Santander, referente a los indicadores que involucran el Sistema de Información de IVC – SISINFO, en el plan de acción, las actualizaciones y las novedades que presenta la herramienta.</p>
<p>Jornada de fotografías para la renovación del carné institucional</p>	<p>La jornada de toma de fotografías que se llevó a cabo en la Dirección Territorial Santander con la finalidad de renovar el carné institucional finalizó el día 17 de octubre del año presente con el envío de los documentos a Nivel Central en la ciudad de Bogotá.</p>
<p>Capacitación en solución de errores Sistema de Información</p>	<p>En la Dirección Territorial Santander se está llevando a cabo la implementación de una</p>

IVC	<p>campana informativa con motivo de la gestión autónoma de los inconvenientes presentados en la puesta en práctica del Sistema de Información IVC.</p>
Estado Simple, Colombia Ágil	<p>La campana de participación ciudadana que se viene articulando entre la Función Pública, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y el Departamento Nacional de Planeación, tiene como finalidad la recolección de datos estadísticos que optimicen los sistemas de trámites y atención en las entidades Estatales.</p>
Salud y Aseo en la DT Santander	<p>Dos temáticas de gran importancia se llegaron a la Dirección Territorial Santander para quedarse y replicarse, gracias los factores positivos que representan: la salud y el buen aseo en los puestos de trabajo.</p>
Visitas preventivas en el Sector Minero	<p>En pro de mejorar la calidad de los procesos de inspección laboral del departamento, y de acuerdo con el convenio 273 del año 2015, suscrito por el Ministerio de Minas,</p>

	<p>Ministerio del Trabajo, ARL positiva, Agencia Nacional de Minería y SENA, se llevaron a cabo una serie de visitas preventivas en los municipios de Vetas y California.</p>
--	---

Tabla 1. Notas periodísticas

Piezas gráficas

Temática	Estado
Capacitación a Inspectores de Trabajo de parte del Ministerio en alianza con la Universidad Nacional	Archivo
Lucha contra la trata de personas	Archivo
Cabezote informativo semanal	Publicado
Invitación a capacitación de construcción de capacidades administrativas para la paz y la resolución de conflictos	Publicado
Invitación a Foro Regional de Gremio de Taxistas	Publicado
Invitación a la Subcomisión Departamental para la concertación de políticas salariales y laborales	Publicado
Invitación a la Jornada de Spa auspiciada por Bienestar	Publicado
Invitación a la Jornada de Relajación auspiciada por Bienestar	Publicado
Invitación a la jornada de Fortalecimiento Institucional	Publicado
Invitación a la celebración del día del Amor y la Amistad	Publicado
Invitación a la celebración del Día del Trabajo Decente	Publicado

Diploma de condecoración a empresas merecedoras de reconocimiento Trabajo Decente	Publicado
Citación a la Subcomisión Departamental de Políticas Salariales y Laborales	Publicado
Inscripción de compensación turnos de navidad	Publicado
Asistencia a actividad de integración, Grupo de Bienestar	Publicado
Campaña de difusión Estado Simple, Colombia Ágil	Publicado
Tips MinTrabajo	Publicados
Cumpleaños	Publicados

Tabla 2. Piezas gráficas

e. Diseñar productos gráficos y multimedia que apoyen la labor comunicativa y el fortalecimiento del clima laboral interno

Dentro de las peticiones especiales que realizó el Ministerio del Trabajo al momento de solicitar una pasante para el área de Comunicaciones en la ciudad de Bucaramanga, se especificó la necesidad de un *Brochure* con información institucional de las Entidades pertenecientes al Sector Trabajo, y adicionalmente se utilizaron recursos multimedia para ampliar la información de las novedades y noticias.

En lo que respecta a este punto, se extrajeron audios para la realización de notas periodísticas, y se realizaron múltiples recursos gráficos, como folletos, invitaciones, afiches y brochures, para brindar la información necesaria de la manera más idónea. (Ver Anexos 14 y 15)

9. Conclusiones

Se proyectaron, construyeron e implementaron las herramientas necesarias para generar las bases del área de comunicación dentro de la Dirección Territorial Santander del Ministerio del Trabajo. Adicionalmente, se tomaron en cuenta las tácticas comunicativas impartidas por el Nivel Central de la entidad, tales como la difusión de la participación en eventos, el reconocimiento de los logros de los trabajadores, las campañas públicas promovidas por la Ministra de trabajo, entre otras, y se adaptaron a la realidad regional y se optimizaron los procesos de comunicación interna existentes, muchos de ellos llevados a cabo por el departamento de bienestar. Los recursos que se utilizaron para propiciar el escenario idóneo y la aplicación de las estrategias fueron la publicación de noticias, los boletines de prensa, la difusión de información institucional de manera periódica, el diseño de piezas gráficas, las capacitaciones, la organización y cubrimiento de eventos institucionales, la creación de planes de acción e informes como un apoyo adicional al departamento de Dirección, y el trabajo en el Sistema de Información, como plataforma digital del Ministerio.

Adicionalmente se trabajó en el desarrollo de cada una de las funciones establecidas para generar un cambio pertinente y sostenido, fundamentado en la teoría de la autora Sara Diez.

De igual forma se estructuraron diversas dinámicas de comunicación interna por medio de unas acciones planteadas inicialmente con la intención de alimentar la Estrategia de Apalancamiento, para generar un cambio constante que no permitiera espacios para generar rechazo o duda por la gran mayoría de personal de la entidad. El hecho de que se presentaran recursos informativos, capacitaciones, innovaciones gráficas, conversaciones, entre otros, de manera constante hace que el proceso no sólo se fortalezca cada día más, sino que el público

interno ya los reconozca como necesarios. Esto se traduce en el comienzo de una cultura organizacional fuerte dentro de la organización.

El ambiente laboral también es un punto álgido en el trabajo de un comunicador dentro de esta organización, teniendo en cuenta que si bien todos comparten un espacio y se encuentran ejerciendo labores que aportan a la entidad, no se encuentra un sentimiento de pertenencia por parte de personas ajenas a la dirección, y no se trabaja por dar a conocer las realidades o designios que afectan al público interno. Es por esto que se trabajó en pro de dar a conocer los resultados de las actividades laborales y recreativas internas, de generar espacios que clarificaran las dudas y los inconvenientes, y de difundir los elementos representativos de la cultura que le permitía a cada trabajador reconocerse como una parte fundamental de la entidad y replicar esta concepción fuera de su labor.

De esta manera, y siguiendo los principios de reconocimiento de la importancia de la comunicación, se trabajó también por generar constantemente contenido informativo y periodístico con temáticas de interés no sólo para el público interno sino también para el sector de la institución. La asistencia a foros, capacitaciones y talleres, la referenciación de la actualidad en Colombia y la exposición de lo sucedido dentro de la organización fueron algunas de las maneras más comunes para extraer información idónea, y la orientación que prestó el departamento de Dirección y Gestión fue fundamental para aplicar la formación adquirida en la universidad, a la realidad de una Entidad de Gobierno.

Trabajar de la mano con el departamento de Bienestar también fue una actividad que aportó en gran medida al reconocimiento del público interno y el mejoramiento de la cultura organizacional. La interconexión entre estos dos departamentos permitía que se llevaran a cabo más proyectos de apropiación y se le diera dinamismo a los programas planteados por ambas

áreas. El diseño de piezas y la facilidad de creación también fue un añadido para cumplir las metas internas, teniendo en cuenta que estos recursos son evidentemente más llamativos y fáciles de consultar.

Si bien la comunicación históricamente se ha considerado “el pariente pobre de la torre de marfil” (Gumucio, 2004) de acuerdo con lo expuesto, el impacto de un departamento de comunicaciones dentro de una organización es fundamental para el crecimiento y desarrollo de la misma; a nivel empresarial, cada una de las funciones cumplidas y las acciones implementadas por el comunicador, de acuerdo con los problemas encontrados, fortalecen “el trabajo en equipo, las ventas, la atención y el servicio al cliente, la delegación de responsabilidades, el proceso de negociación o el desarrollo de reuniones y planes de trabajo (Cala & Cruz, 2016)”, pero además “fomenta el trabajo asociado o cooperativo, potenciando el conocimiento de los colaboradores y su rendimiento, lo que se refleja siempre en los resultados empresariales obtenidos (Fuentes, s.f.)”. Esto incluye también la capacidad de tener en cuenta que la mayor cantidad de información se encuentra en la base de la pirámide, es decir, en los trabajadores de la empresa, que son quienes a diario enfrentan las dificultades de las labores, aquellos que se relacionan con el público y los que aportan real información para el cambio; de esta manera, es importante que se trabaje con cada elemento brindado y se conforme con cada aparente insignificancia una oportunidad para prologar el éxito.

10. Recomendaciones

Se recomienda a la entidad en primer lugar dar continuidad al proceso que se llevó a cabo durante la pasantía, para no perder el rumbo de lo obtenido durante el trabajo realizado con el vínculo académico. La aplicación de las acciones y las recomendaciones se dejaron explícitas, pero es pertinente seguir implementándolas y, dado el caso, pedir un apoyo de Nivel Central en materia de recursos y herramientas para que el nuevo profesional en comunicaciones tenga más campo de trabajo y un respaldo que brinda credibilidad dentro del público interno.

En segundo lugar, es esencial que se amplíe el recurso humano en el área para poder trabajar desde las bases establecidas por la academia a través de la pasante, teniendo en cuenta que si bien algunas de las funciones asignadas se pueden realizar por medio del departamento de bienestar, es acuciante que un profesional en el área implemente las estrategias y maximice el impacto del trabajo. Siempre existen necesidades comunicacionales en cualquier entorno.

En tercer lugar, se recomienda brindar un mayor apoyo al profesional que se desempeña en el área de comunicaciones, debido a la gran carga positiva que aporta a la entidad gubernamental, y que sin él son problemas que terminan siendo delegados a los altos directivos. Es necesario que se realice un trabajo en red y un relacionamiento adecuando entre las áreas de dirección, recurso humano y bienestar, y comunicaciones, para que de esta manera se valore el trabajo realizado y se constate la importancia de este dentro del público interno.

De igual manera se sugiere ir al ritmo de los cambios tecnológicos e implementar herramientas y recursos que aporten a la comunicación como una dinámica digitalizada y renovable. La conexión que se establezca con las oficinas principales del Ministerio del Trabajo,

facilitarán el traslado de equipos como cámaras, computadores, grabadoras, entre otros, y también brindarán la orientación necesaria para el uso apropiado de las TIC.

Por último, se recomienda a la Dirección Territorial que se vincule a las campañas comunicativas emitidas por Nivel Central, y las ponga en práctica mediante el personal adquirido, ya que son estrategias focalizadas de gran importancia diseñadas por personal experto en el tema y que conciernen a todas las dependencias del Ministerio del Trabajo. Una vinculación eficaz con el área de comunicaciones en Bogotá es fundamental para sacar adelante el departamento.

Referencias

- Cala, I., & Cruz, C. (2016). *Las dos caras de la comunicación* . Bogotá D.C.: Taller del Éxito S.A.S.
- Diez, S. (2011). *Técnicas de comunicación. La comunicación en la empresa*. Bogotá D.C. : Ediciones de la U. .
- Elías, J., & Mascaray, J. (1998). *Más allá de la comunicación interna: La intracomunicación*. Gestión 2000.
- Formanchuk, A. (2010). *Comunicación Interna 2.0: Un desafío cultural*. Buenos Aires: Formanchuk & Asociados.
- Formanchuk, A. (2015). *Formanchuk y Asociados*. Obtenido de <http://formanchuk.com.ar/todosignifica/claves-para-generar-comunicacion-interna-2-0-y-cultura-colaborativa-video/>
- Fuentes, A. F. (s.f.). *El Radar Informativo*. Obtenido de Question Pro: <https://www.questionpro.com/blog/es/comunicacion-interna-impacto-2/>
- Gumucio, A. (2004). El cuarto mosquetero. *Investigación y Desarrollo*. Vol 12., 02-23.
- Ministerio del trabajo. (2014). *Sistema Integrado de Gestión*. Obtenido de <http://www.mintrabajo.gov.co/web/guest/el-ministerio/sistema-integrado-de-gestion-sig>
- Ministerio del trabajo. (s.f.). *Mintrabajo*. Obtenido de <http://www.mintrabajo.gov.co/web/guest/el-ministerio/nuestra-funcion/mision-vision-y-objetivos>

Anexos

Anexo 1: Cartelera

Una de las cinco cartelera que se facilitaron para difundir la información diseñada por la oficina de comunicaciones.



Anexo 2: Generación de listado de fechas especiales



Anexo 3: Planear y organizar eventos y fechas especiales, que representan motivos de importancia para la entidad del Estado

Invitación día del trabajo decente



La Subcomisión Departamental de Concertación de Políticas Laborales y Salariales, y el Ministerio del Trabajo Dirección Territorial Santander, se complacen en invitar a

**TODOS LOS GREMIOS,
ORGANIZACIONES SINDICALES, Y
EMPRESAS PÚBLICAS O PRIVADAS
A LA CELEBRACIÓN DEL DÍA DEL
TRABAJO DECENTE**

Fecha: Jueves 04 de octubre

Hora: 8:00 AM

Lugar: Fenalco Santander

Cra 20 No. 46 - 29

Anexo 4: Planear y organizar eventos y fechas especiales, que representan motivos de importancia para la entidad del Estado

Presentación del Evento Día del Trabajo Decente



Anexo 5: Planear y organizar eventos y fechas especiales, que representan motivos de importancia para la entidad del Estado

Diseño de Diploma entregado como premiación a las mejores empresas de Santander según los parámetros tenidos en cuenta por el Min. Trabajo.



Anexo 6: Planear y organizar eventos y fechas especiales, que representan motivos de importancia para la entidad del Estado

Asistencia al evento gestionado por la Oficina de Comunicaciones para el Día del Trabajo

Decente



Anexo 7: Realizar notas periodísticas semanales

Capacitación SISINFO



Fotografía: Departamento de Comunicaciones, Dirección Territorial Santander

El viernes 12 de octubre se llevó a cabo una capacitación a todos los funcionarios de la Dirección Territorial Santander, referente a los indicadores que involucran el Sistema de Información de IVC – SISINFO, en el plan de acción, las actualizaciones y las novedades que presenta la herramienta.

La charla se centró en exponer los tres principales indicadores del plan de acción con lo que respecta a la gestión del sistema, entre los que se encuentran: Actualizar los procesos ingresados al Sistema de Información hasta la etapa procesal en la que se encuentran los expedientes físicos y registrar las actuaciones administrativas relacionadas con las averiguaciones del proceso.

Si bien el sistema es una plataforma novedosa que pretende optimizar los procesos de carga y gestión de los expedientes, por su carácter reciente cuenta con algunas dificultades que entorpecen de manera significativa las labores diarias. Algunos de estos errores se centran en trabas informáticas dentro de la trazabilidad del proceso, caída de la red donde

se trabaja o bloqueo del sistema por mantenimiento llevado a cabo desde Nivel Central. Los principales obstáculos en la actualidad se reflejan en el Error 500, el Registro de la Decisión Final, y el Error 403.



Fotografía: Departamento de Comunicaciones, Dirección Territorial Santander

Cada uno de los inconvenientes encontrados y presentados a los orientadores del proceso en la Dirección Territorial son reportados a los encargados del Sistema, para que de manera oportuna se brinde la atención y corrección, y se proceda con el lineamiento.

De acuerdo con lo expresado en la capacitación, en donde se recalcó la necesidad de evidenciar las actualizaciones para evitar retrocesos en los procesos y recordar los pasos idóneos para un mejor desarrollo dentro de la plataforma, se diseñará a través de la Oficina de Comunicaciones y la Inspectora de Trabajo Diana Rulz, un producto gráfico que contenga las pautas necesarias para facilitar el trabajo óptimo y aclarar dudas del sistema.

Anexo 8:



Anexo 9: Capacitaciones



Anexo 10:



Salud y aseo en la DT Santander



Fotografía: Oficina de comunicaciones, DT Santander.

Dos temáticas de gran importancia se llegaron a la Dirección Territorial Santander para quedarse y replicarse, gracias los factores positivos que representan: la salud y el buen aseo en los puestos de trabajo.

La capacitación llevada a cabo el viernes 26 de octubre, compartió con los funcionarios que hacen parte de la DT consejos y advertencias sobre lo que conlleva mantener unas costumbres erróneas en lo que respecta a la organización y el mantenimiento del puesto de trabajo.

Esta campaña, que contó con actividades lúdicas y recreativas para que los asistentes se acoplaran de manera sencilla a los nuevos conceptos, indicó que para mantener una adecuada rutina de bienestar y asepsia, la clave era aplicar un modelo denominado las 5 S.

La técnica de gestión y optimización laboral tiene sus orígenes en Japón, y se considera una de las estrategias más avanzadas y económicas para implementar dentro de las organizaciones de manera que se logre mantener un ambiente laboral adecuado, y unas condiciones de salubridad y bienestar óptimas.

Las 5S se basan en fases de simple aplicación, denominadas de esta manera por sus iniciales en japonés: Seiri (eliminar o clasificar), Seiton (ordenar), Seiso (limpiar), Seiketsu (estandarizar, mantener), Shitsuke (autodisciplina).



Fotografía: Oficina de Comunicaciones, DT Santander.

Actividades lúdicas, premios y concursos contrarreloj fueron algunas de las dinámicas que se desarrollaron a lo largo de la jornada, con la finalidad de que se adoptaran los conceptos, se compartieran entre los grupos de trabajo y se apropiaran algunas de las técnicas para optimizar los espacios de trabajo dentro de la dirección territorial.

Si bien se ahondó en cada uno de los conceptos, es una responsabilidad de los colaboradores del Ministerio que se tenga en cuenta la aplicación de las fases para mejorar los procesos laborales dentro de la entidad.

Anexo 11:

SISINFO TIPS

¿Cómo eliminar los errores 408 y 500?

1. Entrar al navegador
Google Chrome



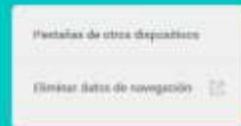
2. Desplazarse al lado superior
derecho de la pantalla y hacer
click en el ícono de tres puntos



3. Una vez desprendido el
menú, dirigirse a Historial



4. Borrar los datos de
navegación



5. Ingresar a Configuración
Avanzada



6. Hacer click en el botón
"Borrar Datos"



7. Cerrar la ventana



8. Volver a ingresar al
Sistema de Información



MINISTERIO
DE TRABAJO Y
SEGURIDAD SOCIAL



MINTRABAJOS

Oficina de Comunicaciones, DT Santander.

Anexo 12:



Si se siente inconforme con los procesos requeridos por las Entidades del Estado, siga los pasos y cuéntenos:

1. Ingresar al enlace www.colombiaagil.gov.co
2. Hacer click en la sección "Cuéntenos"
3. Ingresar al cuestionario pertinente.
4. Completar el formulario.
5. Enviar

1 Colombia Ágil Mincit
colombiaagil.gov.co

2 Necesita ayuda para simplificar su relación con el Estado
¡CUÉNTENOS!
#ColombiaÁgil

3 YÚDENOS A SIMPLIFICAR SU RELACIÓN CON EL ESTADO
Nuestro reto es mejorar la calidad de vida de los ciudadanos y los empresarios. Para ello, necesitamos su participación. Ayúdenos a identificar trámites engorrosos o inútiles, normas obsoletas y normas que dificultan su interacción con el Estado o que encarecen su actividad empresarial.
Seleccione una de las opciones

4 Nombres y Apellidos*
Ramiro Pérez
De acuerdo ✓ presionar ENTER

5 Enviar presionar ENTER

Recuerde participar en redes sociales a través del Hashtag **#ColombiaÁgil**



Oficina de comunicaciones, DT Santander

Anexo 13:



Anexo 14:

Oficina de Comunicaciones, Dirección Territorial Santander



¡Sé parte de esta **gran** campaña, contándonos qué significa para ti el **Trabajo Decente!**

Con **trabajo decente**
el futuro es de todos

Utiliza la etiqueta **#TrabajoDecenteEs** y ¡únete a la causa!



GOBIERNO DE COLOMBIA MINTRABAJO

TRABAJO DECENTE ES

- "Contar con protección del Estado en la vejez cuando no se cuenta con pensión"

"Conocer las rutas de empleabilidad y contar con servicios de asesoría laboral"

"Contar con ahorros para los proyectos de estudio o vivienda"

"Que las empresas promuevan y fortalezcan la entidad laboral"

"Queremos promover en el país la generación de empleos dignos y estables que garanticen los derechos fundamentales sin ningún tipo de discriminación"



Alicia Arango Olmos
Ministra de Trabajo

RECUERDA QUE...

El Día del Trabajo Decente en Colombia se estableció en 2015, mediante el Decreto 2362 del 7 de diciembre. Este año, el reconocimiento a esta fecha especial se llevará a cabo el martes 9 de octubre.

GOBIERNO DE COLOMBIA MINTRABAJO

Anexo 15:



OBJETIVOS DE LA ENTIDAD

- Formar integralmente para aumentar la productividad nacional.
- Implementar procesos de formación que contribuyan al desarrollo comunitario.
- Maximizar la cobertura y la calidad de la formación.
- Participación en actividades de investigación y desarrollo.
- Propiciar las relaciones internacionales.
- Actualizar permanentemente los procesos y la infraestructura pedagógica.

www.sena.edu.co




¿QUIÉNES SOMOS?

Una empresa industrial y comercial del Estado, encargada de la administración del Régimen de Prima Media con prestación definida y el Sistema de Ahorro de Beneficios Económicos Periódicos

Para más información ingrese a www.colpensiones.gov.co

**MINISTERIO DEL TRABAJO
DIRECCIÓN TERRITORIAL SANTANDER**



El Ministerio del Trabajo es una entidad que se esfuerza por promover el empleo digno, proteger los derechos de los trabajadores, construir mejores empresas, fomentar la calidad del talento humano y evitar que los colaboradores no cuenten con protección social.

WWW.MINTRABAJO.GOV.CO



Unidad Administrativa Especial del Servicio Público de Empleo

Cuenta con un sistema mediante el cual los trabajadores pueden encontrar un empleo que se ajuste a su perfil, y los empleadores encuentren colaboradores según sus necesidades.

Unidad Administrativa Especial de Organizaciones Solidarias

Promociona, fomenta y fortalece las Organizaciones que velan por un fin solidario en Colombia: Cooperativas, Fondos de Empleados, Grupos de Voluntariado, Asociaciones, Corporaciones, Fundaciones y Organizaciones Comunales



ORGANIZACIONES SOLIDARIAS

Grupo de Asistencia Técnica Territorial



Delegados en cada región del país trabajan para fortalecer las capacidades de Entidades Territoriales para promover el trabajo decente en las regiones.

Superintendencia del Subsidio Familiar



Ejerce inspección y vigilancia de las entidades encargadas de recaudar los aportes y pagar las asignaciones del Subsidio Familiar

SUBCOMISIÓN DEPARTAMENTAL DE CONCERTACIÓN DE POLÍTICAS SALARIALES Y LABORALES



- Apoyar la implementación de proyectos incluidos en los Planes de Desarrollo Departamentales y Municipales relacionados con políticas laborales.
- Lograr intervenir de manera positiva ante los diferentes mandatarios locales, para incluir acciones de índole laboral y salarial.
- Empoderamiento de las temáticas y problemáticas sociolaborales de cada región.
- Identificación y atención oportuna de conflictos sociolaborales.