

FORMULACIÓN DEL PLAN OPERATIVO DE COMUNICACIONES DE LA  
CÁMARA DE COMERCIO DE ARAUCA

LAURA MARGARITA PITTA OSSES  
COMUNICADORA SOCIAL- PERIODISTA  
MODALIDAD: PASANTÍA

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA  
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO  
FLORIDABLANCA- SANTANDER  
AGOSTO 2012

FORMULACIÓN DEL PLAN OPERATIVO DE COMUNICACIONES DE LA  
CÁMARA DE COMERCIO DE ARAUCA.

Mag. JAIME ENRIQUE PALLARES ESPINOSA

COMUNICADOR SOCIAL

SUPERVISOR

LAURA MARGARITA PITTA OSSES

COMUNICADORA SOCIAL - PERIODISTA

MODALIDAD: PASANTÍA

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA

ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO

FLORIDABLANCA- SANTANDER

Agosto 2012

Nota de aceptación:

---

---

---

---

---

---

---

Firma del presidente del jurado

---

Firma del jurado

---

Firma del jurado

## CONTENIDO

	pág.
INTRODUCCIÓN	10
1. IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	11
1.1. UBICACIÓN Y RESEÑA HISTÓRICA DE LA ORGANIZACIÓN	11
1.2. MISIÓN, VISIÓN, VALORES Y OBJETIVOS INSTITUCIONALES	13
1.2.1. Misión	13
1.2.2. Visión	13
1.2.3. Valores Corporativos	14
1.2.4. Propósitos	14
1.3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	15
1.3.1. Estructura Organizacional de la Cámara de Comercio de Arauca	15
1.3.2. Estructura de la Subdirección de Desarrollo Empresarial	15
1.3.3. Funciones de la Subdirección de Desarrollo Empresarial	16
1.3.4. Recurso humano	17
2. OBJETIVOS	18
2.1. OBJETIVO GENERAL	18
2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	18
3. ACTIVIDADES DESARROLLADAS	19
3.1. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	19
3.2. DIAGNÓSTICO COORDINACIÓN DE COMUNICACIONES	19

3.3. RESULTADOS	20
3.3.1. Primera aplicación	20
3.3.2. Segunda aplicación	26
3.4. ANÁLISIS PARA PLAN OPERATIVO DE COMUNICACIONES DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE ARAUCA	32
3.4.1. Análisis DOFA	32
3.5. PROPUESTA PLAN OPERATIVO DE COMUNICACIONES DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE ARAUCA	33
3.6. ACTIVIDADES DE LA COORDINACIÓN DE COMUNICACIONES DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE ARAUCA	33
3.6.1. Cumpleaños	33
3.6.2. Protocolo	33
3.6.3. Fechas especiales	33
3.7. ELABORACIÓN DEL CONTENIDO INFORMATIVO Y DE COMUNICACIONES DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE ARAUCA PARA MEDIOS INTERNOS Y EXTERNOS	33
3.7.1. Página Web	33
3.7.2. Boletín de Prensa	34
3.7.3. Boletín Institucional	34
3.7.4. Revista Empresarios	34
3.7.5. Revista Integración	34
3.7.6. Correo electrónico	34
3.7.7. Redes sociales	34
3.7.8. Reportería gráfica de actividades de la Cámara de Comercio	34
4. CONCLUSIONES	35

5. RECOMENDACIONES	36
BIBLIOGRAFÍA	37
ANEXOS	38

## Tabla de Anexos

	pág.
Anexo A	39
Anexo B	40
Anexo C	41
Anexo D	42
Anexo E	43
Anexo F	44
Anexo G	45
Anexo H	46
Anexo I	47
Anexo J	48
Anexo K	49
Anexo L	50

## RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO

TÍTULO: Formulación del Plan Operativo de Comunicaciones de la Cámara de Comercio de Arauca

AUTORA: Laura Margarita Pitta Osses

FACULTAD: Facultad de Comunicación Social- Periodismo

DIRECTORA: JAIME ENRIQUE PALLARES ESPINOSA

### RESUMEN

Este documento presenta el proceso de creación del Plan Estratégico de Comunicaciones de la Cámara de Comercio de Arauca, la cual hasta el año 2012, decidió incorporar en su Plan Anual de Trabajo el proceso de Comunicaciones y prensa.

El trabajo realizado demuestra la necesidad de la entidad en materia de comunicaciones, aspecto que aportó positivamente al desarrollo de las actividades propias de la organización, contenidas en su Plan Anual de Trabajo.

El Plan Estratégico de Comunicaciones, se creó con el fin de conocer el alcance interno y externo que podría tener los productos de información y comunicación que la Cámara de Comercio de Arauca desarrollara. Asimismo, en este documento se presenta la organización de la entidad y el desarrollo de las actividades propuestas para el desarrollo de la pasantía.

### PALABRAS CLAVES:

Plan estratégico, Comunicación organizacional, Cámara de Comercio

V° B° DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO



## GENERAL SUMMARY OF WORK OF GRADE

TITLE: Operating Plan Formulation Communications of the Chamber of Commerce of Arauca

AUTHOR: Laura Margarita Pitta Osses

FACULTY: Facultad de Comunicación Social- Periodismo

DIRECTOR: Jaime Enrique Pallares Espinosa

### ABSTRACT

This document presents the process of creating the Communications Strategic Plan Chamber of Commerce of Arauca, which until 2012, decided to include in its Annual Work Plan Communications process and press.

The work demonstrates the need for the entity in communications, something that contributed positively to the development of the activities in the organization, contained in its Annual Work Plan.

Communications Strategic Plan was created to meet the internal and external scope may have the information and communication products that the Chamber of Commerce developed Arauca. Also, this paper presents the organization of the institution and development of the proposed activities for the development of the internship.

### KEYWORDS:

Strategic Plan, Organizational Communication, Chamber of Commerce

V° B° DIRECTOR OF GRADUATE WORK

## INTRODUCCIÓN

Ante la creciente necesidad de incluir procesos de comunicación en el desarrollo de las actividades propias de la Cámara de Comercio de Arauca, se dispuso desde enero de 2012 la creación de la Coordinación de Comunicaciones de dicha entidad.

Sin embargo, desde su creación, la Cámara de Comercio de Arauca, planteaba sus comunicaciones con agencias externas, las cuales se encargaban de las publicaciones, boletines de prensa, protocolo e información de la organización; no obstante, pese a la reciente creación de la dependencia de comunicaciones, el proyecto comunicacional en la organización arrojó resultados satisfactorios.

En este caso, el proyecto- experimento, inició con el ejercicio de pasantía desarrollado en este documento. Es así, que para lograr un correcto desarrollo del área era necesario plantear la estrategia de lo que se haría.

¿Para qué la estrategia? Según Enrique Ogliastri, en su libro Manual de Planeación Estratégica<sup>1</sup>, se realizó un comparativo entre varias empresas de países como Estados Unidos y Canadá, los cuales formularon o no planeación estratégica por algunos años, luego los resultados indicaron que las empresas que hicieron planeación estratégica obtuvieron beneficios en los procesos de su entidad, frente a las organizaciones que no desarrollaron este método.

Sin embargo, la Planeación Estratégica, según Ogliastri<sup>2</sup>, es el nombre de un grupo de contribuciones guiadas al bien general de una empresa, lo que establece como propósito específico el lograr una ventaja competitiva a largo plazo.

Eso fue lo que se planteó en este documento, una herramienta a largo plazo para convertir las comunicaciones (internas y externas) de la Cámara de Comercio de Arauca en un factor efectivo a la hora de sumar competitividad, efectividad y eficiencia en los procesos que la entidad lidera.

---

<sup>1</sup> OGLIASTRI, Enrique. EN: Manual de Planeación Estratégica. 3 ed. Colombia: Tercer Mundo, 1998. p. 6.

<sup>2</sup> OGLIASTRI, Enrique. EN: Manual de Planeación Estratégica. 3 ed. Colombia: Tercer Mundo, 1998. p. 19.

## 1. IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

### 1.1. NOMBRE, UBICACIÓN Y RESEÑA HISTÓRICA DE LA ORGANIZACIÓN

Nombre: Cámara de Comercio de Arauca

Ubicación: Carrera 25 N° 28ª – 49

Reseña histórica de la organización

“Discurría el primer semestre del año de 1986. El país y el mundo se sorprendían con la asombrosa noticia del descubrimiento de los magníficos yacimientos petroleros de Caño Limón.

El comercio araucano, lesionado gravemente por la recesión originada en la devaluación del bolívar en 1983, asumía la esperanza de que la nueva riqueza del recurso de los hidrocarburos elevaría los índices de crecimiento de la economía regional.

El interés y el entusiasmo que asumió con espíritu de trabajo un reducido núcleo de comerciantes locales, consientes de las dificultades que enfrentaban para cumplir con las exigencias legales del ejercicio comercial, al tener que desplazarse a Boyacá y el Norte de Santander para realizar trámites de inscripción y obtención de documentos, liderados con tesón por Adalberto Jaimes Ochoa y un grupo de comerciantes, premiados por el Presidente Belisario Betancourt Cuartas con la creación de la CÁMARA DE COMERCIO DE ARAUCA, mediante Decreto Presidencial N° 1745 del 29 de mayo de 1986. El acto legal ordenó el nacimiento del nuevo ente señalándole como jurisdicción los municipios y corregimientos de la entonces Intendencia, y el Municipio de Cubará, en el Departamento de Boyacá.

Pendiente la puesta en marcha de la agremiación, el Decreto señaló el carácter provisional de la Primera Junta Directiva, que estuvo integrada, así:

Principales:

Adalberto Jaimes, Samuel Sánchez, Tomás Guerrero, Fabiola Forero, Edwin Restrepo Urrego, Leonel Pérez Bareño

Suplentes:

Alfonso Santoyo, Miguel Matus, Luis A. Colmenares, Arturo Ávila, Jairo Morales y Alicia Luna.

Igualmente, en la misma providencia se reconoció a los señores Adalberto Jaimes Ochoa y Tomás Guerrero, como dignatarios provisionales. En su misión de representar los intereses generales del comercio y todos los sectores económicos, la Cámara, en su cumplimiento del mandamiento estatutario, ha venido trabajando con énfasis en la organización del gremio y en la gestión de acciones dirigidas al progreso regional a nivel de promoción de iniciativas y realizaciones, como:

Análisis sobre tránsito fronterizo.

Foro de El Tiempo, en 1987.

Ampliación de las redes telefónicas.

Capacitación de comerciantes.

Creación de la Caja de Compensación Familiar COMFIAR;  
Establecimiento de la ruta aérea de SAM.

Funcionamiento del Instituto de los Seguros Sociales.

Seminario de Integración Fronteriza.

Gestión e Intervención para la Construcción de la carretera Tame - La Cabuya; Tame- San Salvador y Vía de la Soberanía.

Terminación de la Ruta de los Libertadores.

Estudio, discusión y formulación de recomendaciones para la aprobación de la Ley de Fronteras.

Adopción de un régimen de incentivos para empresas que se constituyan en el Municipio de Arauca.

Gestión para la búsqueda de Política diferenciadora para Arauca.

Gestión y acompañamiento para el transporte por el corredor fronterizo.

Realización de convenios para el desarrollo de Programas de Asociatividad empresarial, alianzas productivas y programas sociales.

Gestión de Línea de Crédito regional Arauca de Bancoldex para nuestros empresarios de la Jurisdicción.

Habilitación del Frigomatadero de Arauca para exportar carne en Canal.

Secretaría técnica de la Comisión Regional de Competitividad. Capacitaciones, Seminarios y Foros para nuestros empresarios.

Gestión para la disminución de la tarifa energía en nuestra jurisdicción.

Entre otras muchas actividades encaminadas al fortalecimiento de la competitividad y productividad de nuestra región.

La Cámara de Comercio de Arauca se ha integrado con su homóloga de Guasualito en la República de Venezuela para estructurar por la Cámara Binacional, en la búsqueda de acuerdos y para la compatibilización de las dos economías en la región fronteriza y, para impulsar proyectos de interés común, como la Ruta de los Libertadores, y la Zona Franca de Arauca, por ejemplo”<sup>3</sup>.

## 1.2. MISIÓN, VISIÓN, VALORES Y OBJETIVOS INSTITUCIONALES

1.2.1. “Misión: Somos una organización privada, de carácter gremial, sin ánimo de lucro, que cumple con las funciones de registro y demás delegadas por el Estado; representa y promueve el desarrollo del sector empresarial, la comunidad y la región fronteriza. Basados en principios éticos, comprometidos en el mejoramiento continuo de los procesos y la satisfacción de nuestros clientes, con plataforma tecnológica adecuada y talento humano competente como eje fundamental de nuestra organización.

Visión: Ser la entidad líder del desarrollo empresarial de la región y su frontera, buscando permanentemente mejores condiciones de productividad y competitividad a través de la gestión y prestación de excelentes servicios optimizando el uso de los recursos y contribuyendo con el progreso y la calidad de

---

<sup>3</sup> Cámara de Comercio de Arauca, Institucional [en línea] Arauca. Disponible en página web Cámara de Comercio de Arauca <http://ccarauca.org/?id=9&vn=1&categoria=1&vercategoria=1&diarias=1> [Consultado 18 de julio de 2012]

vida de sus habitantes dentro de un marco de responsabilidad social.”<sup>4</sup>

#### 1.2.2. “Valores Corporativos:

Honestidad: Cualidad determinante en las relaciones internas y externas, garantizando una conciencia clara ante mí y ante los demás.

Responsabilidad: Capacidad de asumir y cumplir los compromisos y consecuencias de nuestros actos en el medio que nos rodea.

Respeto: Acatar las normas de convivencia valorando y estimulando a las personas.

Puntualidad: Nos ayuda a estar a tiempo para cumplir con nuestras obligaciones "Da distinción"

Trabajo en equipo: Compromiso para alcanzar los objetivos comunes mediante la motivación, coordinación y disponibilidad.

Lealtad: Es responder con fidelidad generando confianza, defendiendo los intereses y el buen nombre de la institución”<sup>5</sup>

#### 1.2.3. “Propósitos: Propender porque Arauca se integre a la Red Vial Nacional, mediante la Troncal del Llano y la Ruta de los Libertadores

Impulsar el comercio exterior con el apoyo a la Zona Franca de Arauca, el CARCE y el Ministerio de Comercio Exterior

Apoyar el desarrollo del comercio de pequeñas y medianas industrias a través de acciones de capacitación integración, asesorías y promoción comercial

Propender la Integración Regional Fronteriza, a través de la Cámara Binacional”<sup>6</sup>

---

<sup>4</sup> Cámara de Comercio de Arauca, Institucional [en línea] Misión y Visión. Arauca. Disponible en página web Cámara de Comercio de Arauca

<http://ccarauca.org/?id=7&vn=1&categoria=1&vercategoria=1&diarias=1> [Consultado 18 de julio de 2012]

<sup>5</sup> Cámara de Comercio de Arauca, Institucional [en línea] Valores corporativos. Arauca. Disponible en página web Cámara de Comercio de Arauca

<http://ccarauca.org/?id=260&vn=1&categoria=1&vercategoria=1&diarias=1> [Consultado 18 de julio de 2012]

<sup>6</sup> Cámara de Comercio de Arauca, Institucional [en línea] Propósitos. Arauca. Disponible en página web Cámara de Comercio de Arauca

### 1.3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

#### 1.3.1. Estructura organizacional de la Cámara de Comercio de Arauca

La Cámara de Comercio de Arauca tiene cinco departamentos principales, de los cuales se desglosan las demás dependencias. Para ver el Organigrama, vea Anexo A.

1.3.1.1. Presidencia Ejecutiva: Es la dependencia que tiene a su cargo al área de recepción, mensajería, auxiliar de servicios generales y el Centro de Información Documental (CINDOCCA). Esta dependencia está bajo la responsabilidad del Presidente Ejecutivo de la Cámara de Comercio de Arauca.

1.3.1.2. Subdirección de Registros Públicos: Es el área que maneja los asuntos de matrícula, inscripción e información que manipula las Cámaras de Comercio de sus usuarios. Esta dependencia tiene a su cargo al Técnico de Sistemas, Técnico de Registro, Auxiliar de Registros Públicos y Auxiliar de Archivo y Digitalización, y está bajo la responsabilidad de la Subdirectora de Registros Públicos.

1.3.1.3. Subdirección Jurídica: Esta dependencia es la que se encarga de los procesos jurídicos de las personas que se matriculan o afilian a la Cámara de Comercio de Arauca. Tiene un abogado, Auxiliar Jurídico y cuenta con un Centro de Conciliación, el cual ofrece sus servicios de resolución de conflictos de toda índole, sin discriminación de público, está bajo la responsabilidad de la Subdirectora Jurídica.

1.3.1.4. Subdirección de Desarrollo Empresarial: Esta dependencia es la que se encarga de los proyectos, convenios, capacitaciones, afiliados y temas con el público externo de la entidad. Cuenta con el Gerente de Proyectos y Unidad de Estudios Económicos, Coordinador de Comunicaciones, Gestor de la Comisión Regional de Competitividad y Auxiliar de Desarrollo Empresarial, y está bajo la responsabilidad de la Subdirectora de Desarrollo Empresarial.

1.3.1.5. Subdirección Administrativa y Financiera: Esta dependencia maneja el presupuesto de la entidad y cuenta con un Contador y un Cajero, los cuales están bajo la supervisión de la Subdirectora Administrativa y Financiera.

#### 1.3.2. Estructura Organizacional de la Subdirección de Desarrollo Empresarial

1.3.2.1. Subdirección de Desarrollo Empresarial: Esta área es la líder de la Subdirección, ya que es la que desarrolla el jefe de área, consiste en liderar los procesos designados desde Presidencia Ejecutiva y quien vela por el correcto desarrollo de las actividades que se desarrollan desde esta parte de la entidad.

---

<http://ccarauca.org/?id=8&vn=1&categoria=1&vercategoria=1&diarias=1> [Consultado 18 de julio de 2012]

1.3.2.2. Gerencia de Proyectos y Unidad de Estudios Económicos: Esta área de la Subdirección de Desarrollo Empresarial, es la encargada de las mediciones mensuales de los indicadores de la subdirección, además de las estadísticas de los temas relacionados con la actividad propia de la Cámara de Comercio de Arauca, incluso es quien hace el Balance Económico anual de Arauca.

1.3.2.3. Coordinación de Comunicaciones: Esta área es la encargada de manejar todos los procesos de comunicaciones, prensa, protocolo y de la gestión con los públicos interno y externo. Inició como un proyecto- experimento en 2012 como una plaza de pasantía y actualmente es un área más de la entidad. Maneja varias herramientas de información y comunicación como:

- Boletines de Prensa- Anexo B
- Boletines Institucionales- Anexo C
- Correos electrónicos informativos- Anexo D
- Revista Integración- Anexo E
- Revista Empresarios- Anexo F
- Oficios de Presentación- Anexo G
- Cartelera Institucional- Anexo H
- Página web de la entidad- Anexo I

1.3.2.4. Gestor Comisión Regional de Competitividad: Es el área encargada de llevar todos los procesos relacionados con los integrantes de la Comisión Regional de Competitividad, la cual, está integrada por los representantes de las cadenas productivas del Departamento de Arauca.

1.3.2.5. Auxiliar de Desarrollo Empresarial: Es el área que se encarga de manejar los procesos de apoyo a la Subdirectora de Desarrollo Empresarial, se encarga de emitir oficios, hacer llamadas y manejar activos físicos de la entidad como las sillas, mesas, manteles y el préstamo del auditorio de la entidad.

### 1.3.3. Funciones de la Subdirección de Desarrollo Empresarial

1.3.3.1. Administración del Auditorio “Carlos Isael Gaona”: Consiste en recepcionar las solicitudes de préstamo del auditorio a entidades aliadas o particulares con el fin de mantener organización del mismo.

1.3.3.2. Préstamo de sillas, mesas y manteles de la entidad: Consiste en recibir las solicitudes de préstamo de estos activos de la entidad.

1.3.3.3. Órganos de información y comunicación: Son los instrumentos de información y comunicación de los públicos internos y externos de la entidad. Como Revista Integración y Empresarios, Boletines de Prensa e Institucionales.



1.3.3.4. Proyectos y convenios: La Subdirección suscribe convenios de cooperación interinstitucional, internacionales y binacionales, apoyados por la Subdirección Jurídica de la organización, que generan beneficios para la región y le otorgan competitividad a la entidad y al Departamento de Arauca.

1.3.3.5. Imagen corporativa: La Subdirección maneja mediante la Coordinación de Comunicaciones, los procesos de la imagen de la entidad con el fin de unificar la percepción de la organización en diferentes ámbitos sociales, económicos, culturales y políticos.

1.3.3.6. Asesorías empresariales: Consiste en ofrecer un servicio de asesorías principalmente a los afiliados a la entidad, con el fin de guiarlos en los procesos de creación de empresa y fortalecimiento empresarial.

#### 1.3.4. Recurso Humano

La Subdirección de Desarrollo Empresarial tiene este personal:

- Subdirectora Empresarial
- Economista
- Profesional en Comercio Exterior
- Comunicador Social- Periodista
- Asistente

## 2. OBJETIVOS

### 2.1. OBJETIVO GENERAL

Diseñar el Plan Operativo de Comunicaciones de la Cámara de Comercio de Arauca.

### 2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Desarrollar dispositivos de comunicación e información que permitan a la Cámara de Comercio de Arauca estar en la cotidianidad de su entorno.
- Promover cultura comunicativa que esté basada en el respeto mutuo y el interés recíproco de mejoramiento.
- Lograr un alto grado de satisfacción de los públicos (internos y externos) de la Cámara de Comercio de Arauca

### 3. ACTIVIDADES DESARROLLADAS

#### 3.1. CRONOGRAMA

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES		MESES						
N	ACTIVIDADES	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL
1	Boletines Internos Institucionales.	PERMANENTE						
2	Boletines Externos de Prensa.	PERMANENTE						
3	Elaboración, diseño y diagramación del Periodico.			5		2		3
4	Elaboración, diseño, diagramación y publicación de la Revista Empresarios.			15				
5	Creación Red de Afiliados.	12				23		
6	Cubrimiento de la Renovación de Matricula Mercantil.	PERMANENTE						
7	Apoyo logistico en capacitaciones y eventos institucionales.	PERMANENTE						
8	Elecciones de Junta Directiva							
9	Disponibilidad para otras actividades de comunicaciones que la Dirección requiera de forma extraordinaria.	PERMANENTE						

Vea el cronograma completo en Anexo J

#### 3.2. DIAGNÓSTICO COORDINACIÓN DE COMUNICACIONES

Para la elaboración del diagnóstico, se diseñó una encuesta (Ver Anexo K), la cual serviría de herramienta de medida en los indicadores de gestión de la Coordinación de Comunicaciones de la Cámara de Comercio de Arauca.

Dicha encuesta sería aplicada de periodicidad bimensual con el ánimo de identificar falencias rápidamente.

Según Leonard D. Goodstein, Timothy M. Nolan y J. William Pfeiffer, en su libro Planeación Estratégica Aplicada, "...la planeación... se anticipa a la toma de decisiones. Es un proceso de decidir... antes de que se requiera la actuación" (Ackoff, 1981)<sup>7</sup>

<sup>7</sup> GOODSTEIN, Leonard D. NOLAN, Timothy M. PFEIFFER, J. William. EN: Planeación Estratégica Aplicada. 1 ed. Colombia: Nomos, 2001. p. 5.

ES así como este proceso de diagnóstico es el paso primordial a la hora de establecer el proceso de planeación, ya que permite, como lo señala Nolan, Goodstein y Pfeiffer<sup>8</sup>, determinar objetivos y optar por lo más apropiado para el logro de lo propuesto antes de iniciar el proceso.

### 3.3. RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO

#### 3.3.1. Primera aplicación

Las siguientes, son las preguntas que se hicieron con el ánimo de conocer el índice de satisfacción con los procesos que se adelantan desde la Coordinación de Comunicaciones de la Cámara de Comercio de Arauca.

Descripción	Aplicación
<b>Número de Personas encuestadas</b>	25 funcionarios de la Cámara de Comercio de Arauca
<b>Objetivo</b>	Medir el contenido y la información que emite el proceso de comunicaciones y el número de trabajadores satisfechos con respecto a las actividades y asertividad de información dentro del marco, dentro del marco de comunicación interna de la entidad.

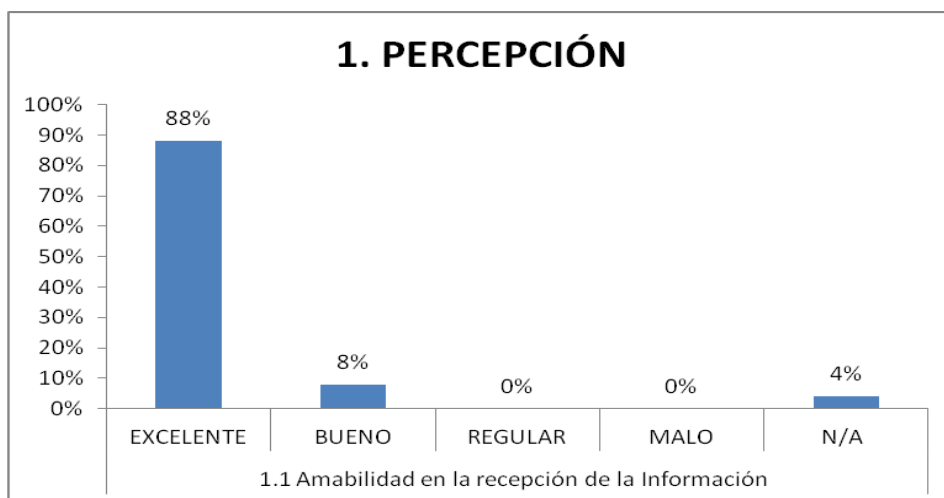
Marque con una X la respuesta que corresponda según la escala:

1. Excelente 2. Bueno 3. Regular 4. Malo N/A

#### 3.3.1.1. Percepción

- Amabilidad en la recepción de la información

<sup>8</sup> GOODSTEIN, Leonard D. NOLAN, Timothy M. PFEIFFER, J. William. EN: Planeación Estratégica Aplicada. 1 ed. Colombia: Nomos, 2001. p. 5.

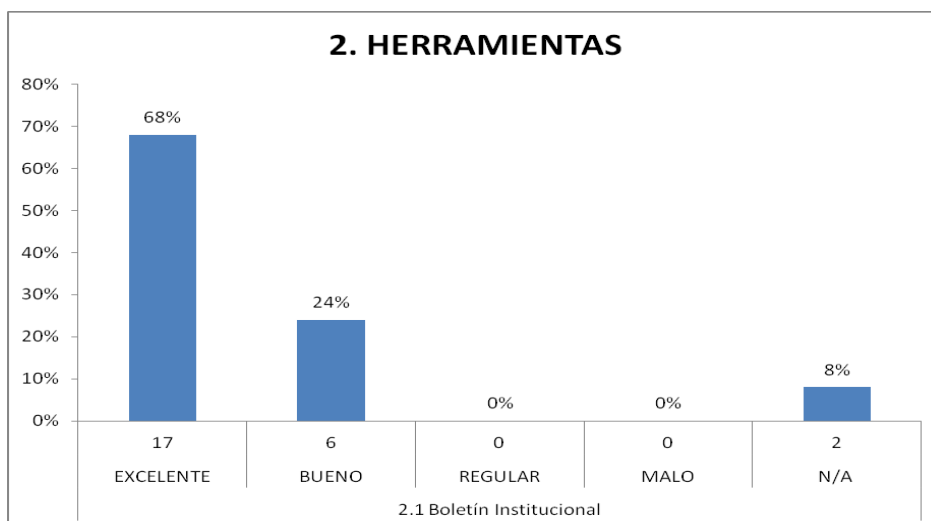


Los resultados muestran que el 88% de un total de 25 personas encuestadas, las cuales consideran que la manera como se recepciona la información entregada a la Coordinación es la correcta; no obstante, el 4% de los encuestados no califica la pregunta en la medida en que no han tenido contacto alguno con este aspecto de la Coordinación de Comunicaciones.

#### 3.3.1.2. De las herramientas

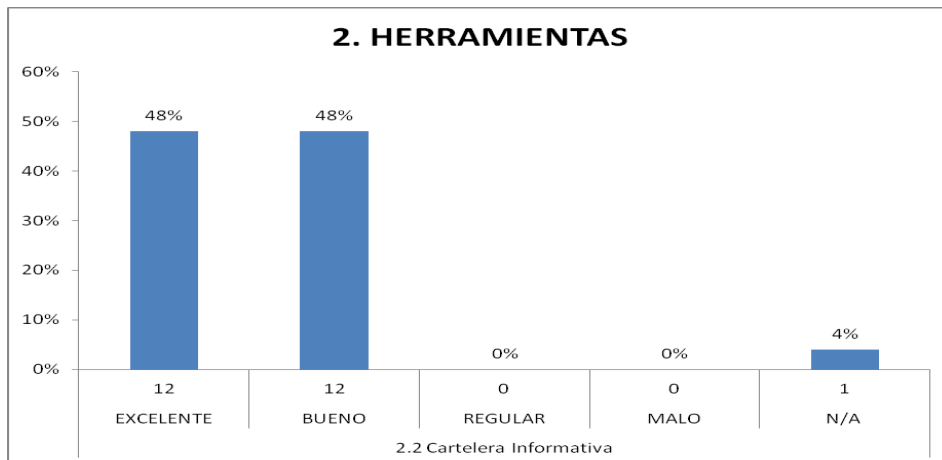
Evaluar los dispositivos usados en la distribución de la información:

- Boletín Institucional



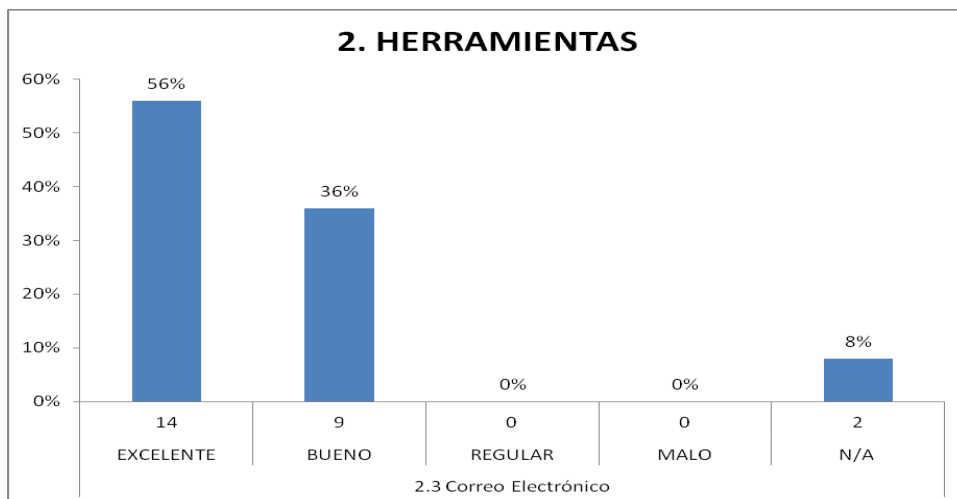
Los resultados de este aspecto arrojan que el 68% de los encuestados, consideran que esta herramienta de información de la Coordinación de Comunicaciones es acertada y tiene buena aceptación, sin embargo, como el la pregunta anterior, el 8% no califica la herramienta pues no la conocen.

- Cartelera informativa



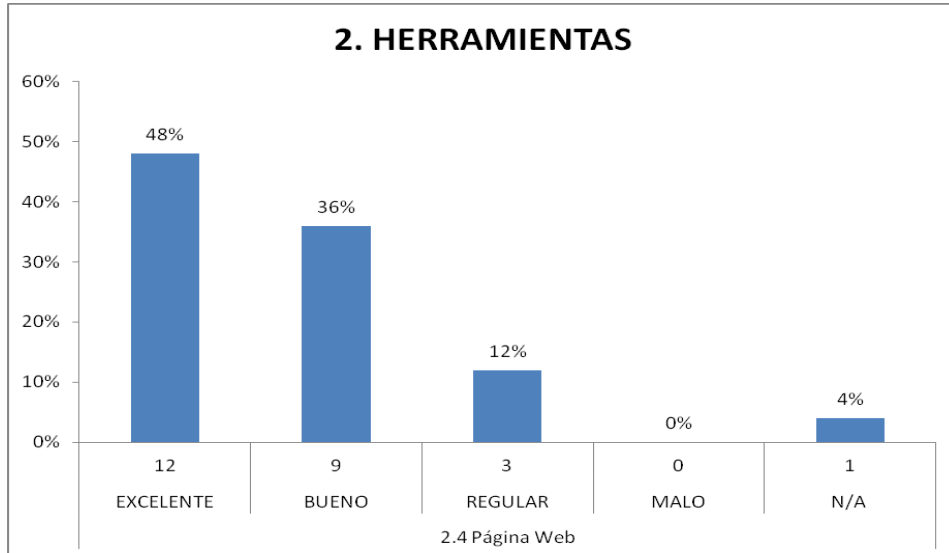
En las respuestas de esta herramienta se ve que el 48% en las opciones 'Excelente' y 'Bueno', refleja la aceptación de la herramienta entre los funcionarios de la Cámara de Comercio de Arauca y lo consideran pertinente, frente al 4% que corresponde a una persona la cual no conoce la herramienta.

- Correo electrónico



Los resultados de la calificación de la herramienta 'Correo electrónico' arrojaron el 56% de los encuestados a favor con la opción 'excelente' y el 36% con la opción 'Bueno'. Al igual que en las anteriores opciones, el 8% de los encuestados no califican la herramienta porque no la conocen.

- Página web

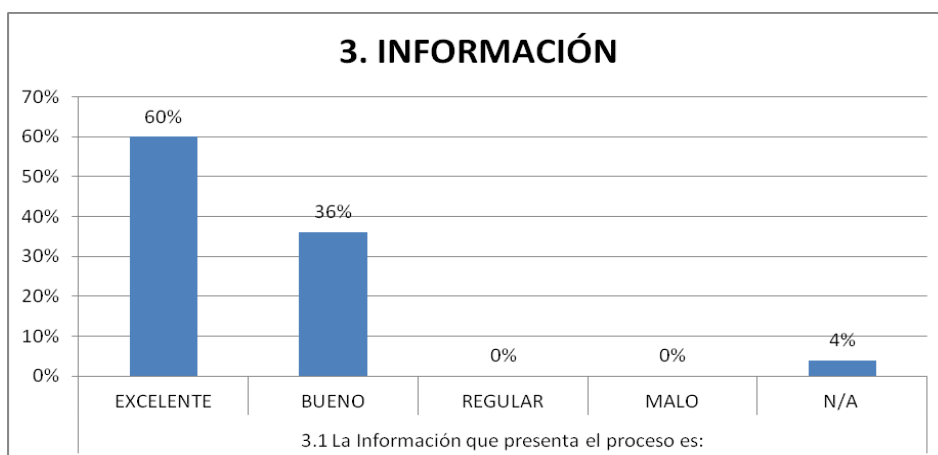


Los resultados de 'Página web', a diferencia de las anteriores herramientas, muestran las opiniones más divididas, la opción 'Regular' que no había estado señalada anteriormente, tiene el 12% de los encuestados y el 4% no lo califican porque no lo conocen o no la usan.

### 3.3.1.3. De la información

Evaluar la pertinencia de la información:

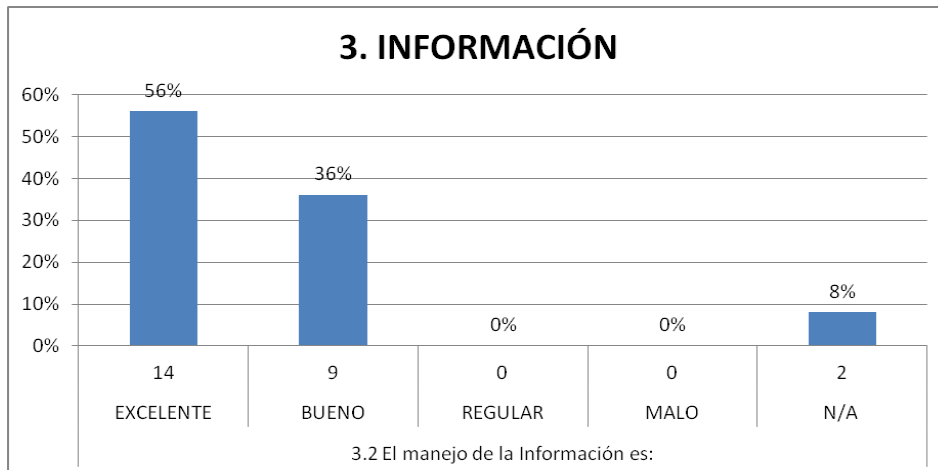
- La información que presenta el proceso es:



Los resultados de este aparte de la encuesta, señala que el 36% de los encuestados están conformes con la información que el proceso entrega. El 60% está muy satisfecho con la información y el 4% no conoce la información que el proceso emite. Esto significa que la información como noticias, consejos

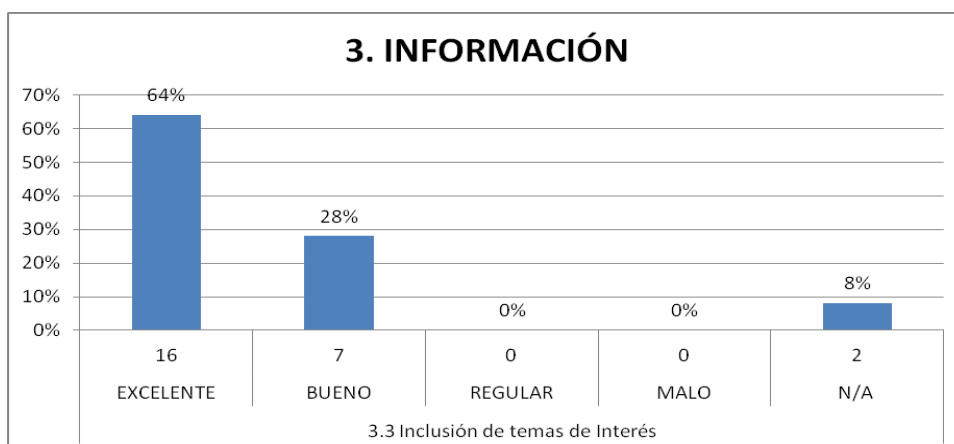
ortográficos y novedades de las Subdirecciones de la entidad tienen buena aceptación entre los funcionarios de la misma.

- El manejo de la información es:



Los resultados del manejo de la información arrojaron que el 56% de los encuestados están de acuerdo con el manejo de la información de los instrumentos informativos y de comunicación de la Cámara de Comercio de Arauca. El 8%, por otro lado, no conocen el contenido de dichos instrumentos, por ello no conocen la información que allí se maneja.

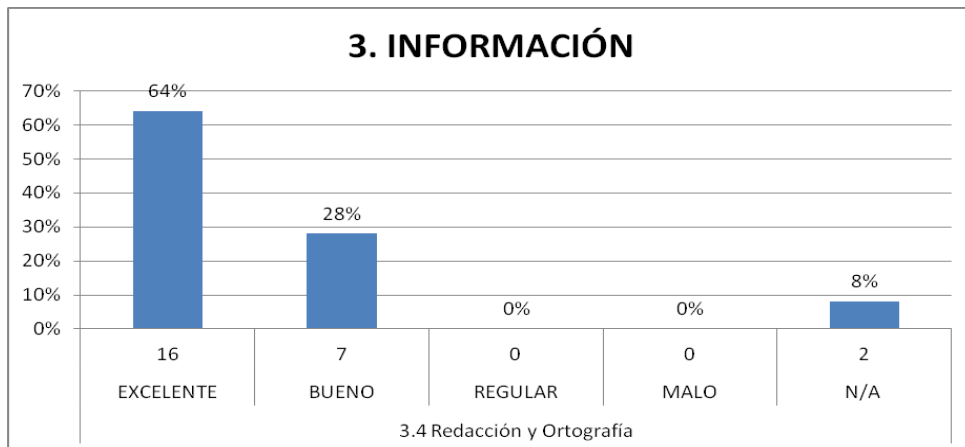
- Inclusión de temas de interés



El 64% de los encuestados consideran que se incluyen temas de interés general en los instrumentos de información y comunicación de la entidad. El 28% aprueba la inclusión de temas de interés y el 8% no conoce el contenido de la información de los instrumentos de comunicación e información.

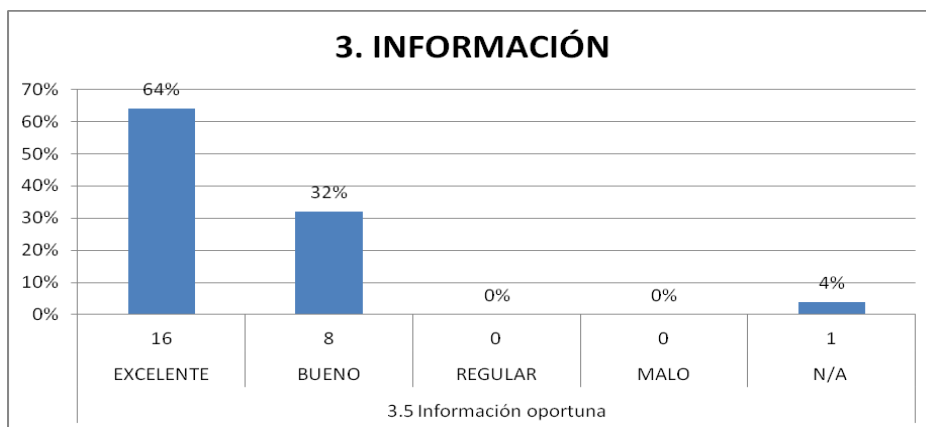


- Redacción y ortografía



En cuanto a la redacción y ortografía el 64% de los encuestados coinciden en que la redacción y ortografía es acertada, el 28% piensa que la ortografía y redacción es aceptable y el 8% no conoce la ortografía ni la redacción que el proceso de Comunicaciones presenta en la entidad.

- Información oportuna



Los resultados de esta pregunta reflejan la aceptación en la acertividad en la información oportuna, del 100% de los encuestados, 32% reflejan que están de acuerdo a la hora que se presenta la información y el 4% no conoce este ítem.

#### 3.3.1.4. Mencione temas

En la encuesta, esta pregunta es abierta y los encuestados expresan su opinión frente a los temas que consideran que se deben incluir temas de salud ocupacional, de talento humano, los compromisos de las reuniones de Control Interno y Calidad, ampliar la información de las dependencias, actualizaciones

de la Confederación de Cámaras de Comercio, actualidad económica, ormas de interés para la Cámara de Comercio y temas regionales.

Lo que deja entrever que no hay profundidad en los temas que publica la Coordinación de Comunicaciones de la Cámara de Comercio de Arauca.

### 3.3.1.5. Sugerencias

En esta parte de la encuesta, que también es de respuesta abierta, los encuestados expresan los consejos referentes a lo que gestiona la Coordinación de Comunicaciones.

Sugieren la implementación de un buzón de sugerencias interno exclusivo para los funcionarios, lo que permitiría liberar presión laboral y expresarían sus necesidades de manera fácil.

### 3.3.2. Segunda aplicación

Las siguientes, son las preguntas que se hacen con el ánimo de conocer el índice de satisfacción con los procesos que se adelantan desde la Coordinación de Comunicaciones de la Cámara de Comercio de Arauca.

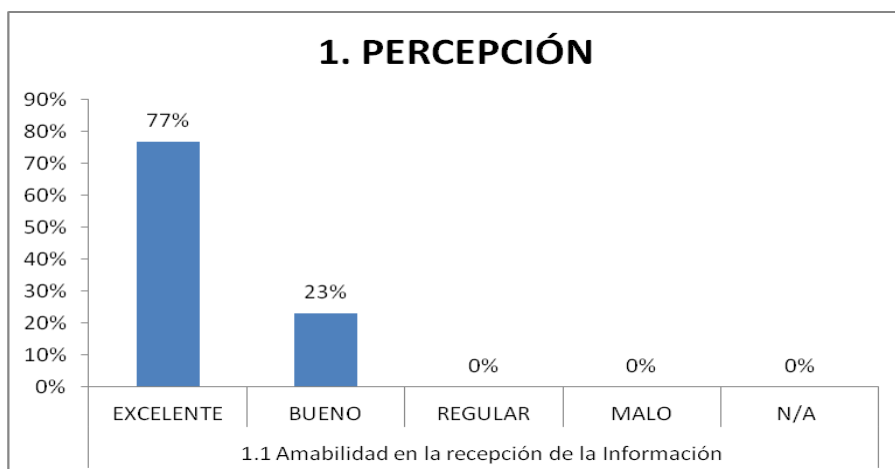
Descripción	Aplicación
<b>Número de personas encuestadas</b>	26 funcionarios de la Cámara de Comercio de Arauca
<b>Objetivo</b>	Medir el contenido y la información que emite el proceso de comunicaciones y el número de trabajadores satisfechos con respecto a las actividades y asertividad de información dentro del marco, dentro del marco de comunicación interna de la entidad.

Marque con una X la respuesta que corresponda según la escala:

1. Excelente 2. Bueno 3. Regular 4. Malo N/A

#### 3.3.2.1. Percepción

- Amabilidad en la recepción de la información

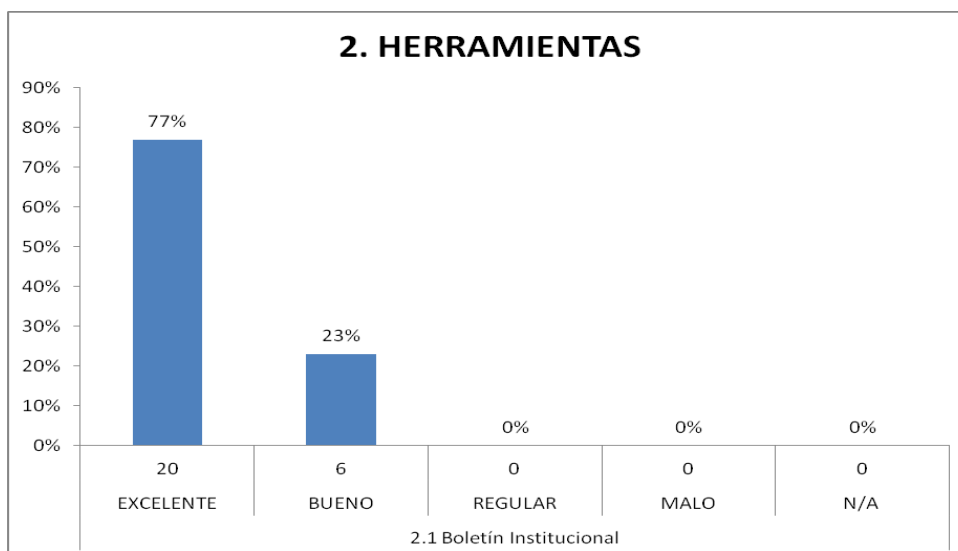


En esta segunda aplicación, los resultados muestran que el 77% de un total de 26 personas encuestadas, consideran que la manera como se recepciona la información en la Coordinación es la correcta; no obstante, el 23% de los encuestados califican la pregunta como 'Buena' en este aspecto.

#### 3.3.2.2. De las herramientas

Evaluar los dispositivos usados en la distribución de la información:

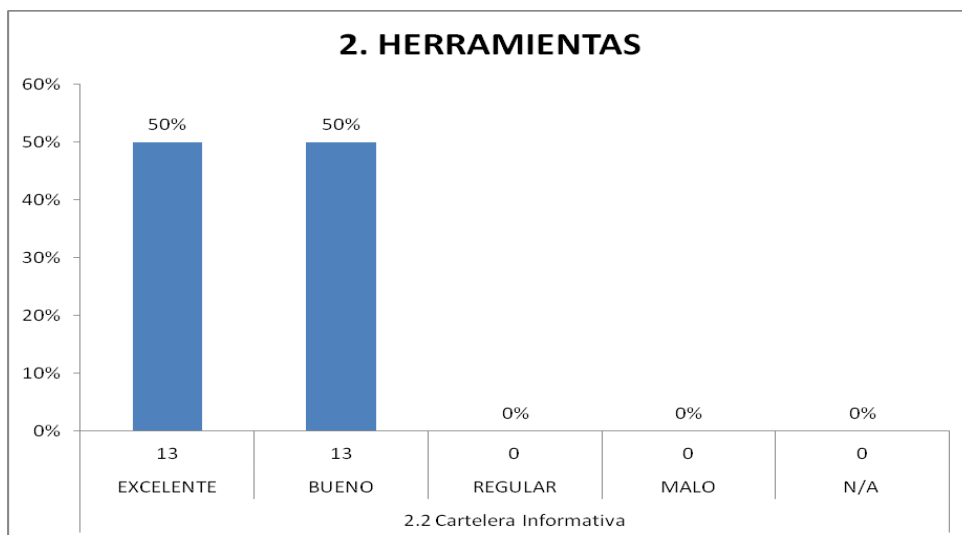
- Boletín Institucional



Los resultados de este aspecto arrojan que el 77% de los encuestados consideran que esta herramienta de información es acertada frente a un 23% que señala la 'buena' aceptación que tiene. En comparación con la aplicación

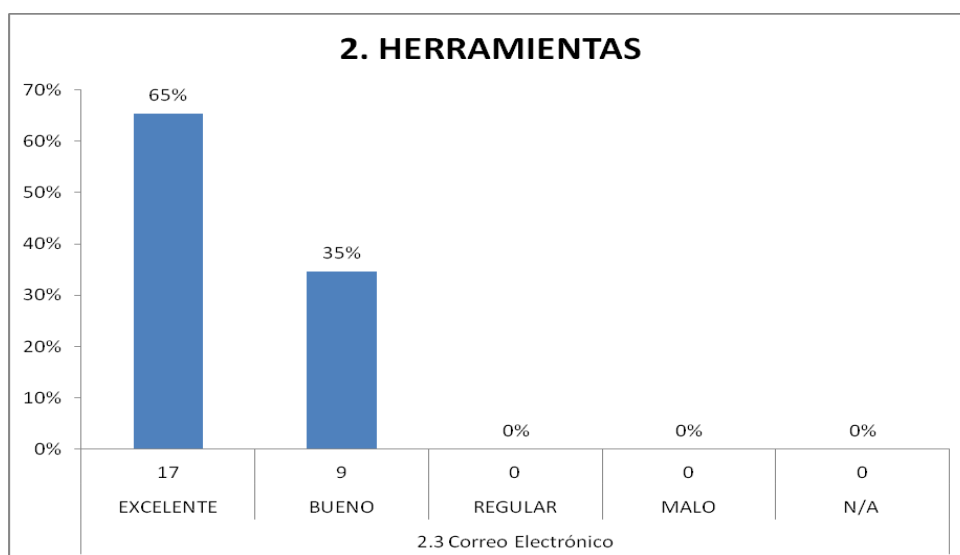
anterior en donde había funcionarios que no conocían la herramienta, en esta oportunidad, todos calificaron el instrumento.

- Cartelera informativa



En las respuestas de esta herramienta se ve que se dividen las opiniones en 50% entre 'Excelente' y 'Bueno', refleja la aceptación de la herramienta entre los funcionarios de la Cámara de Comercio de Arauca y lo consideran pertinente.

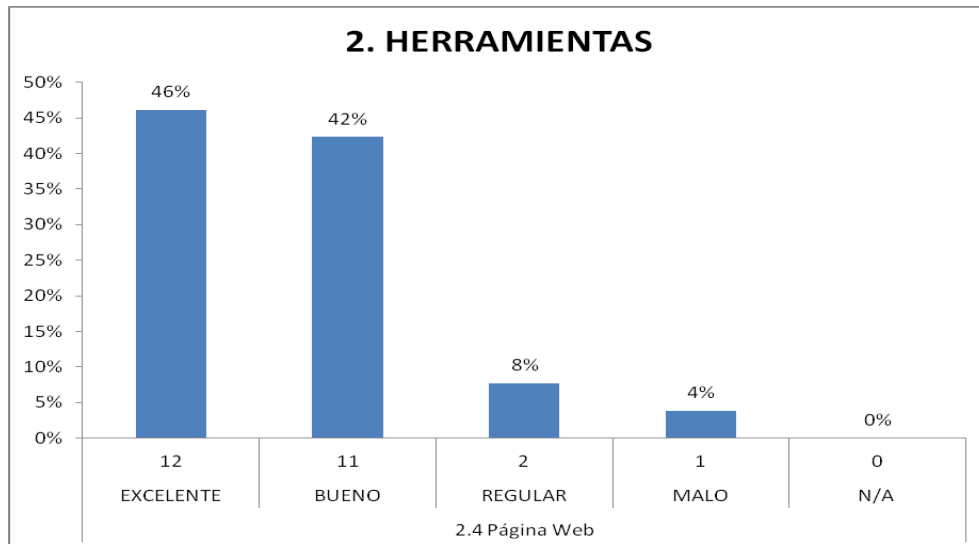
- Correo electrónico



Los resultados de la calificación de 'Correo electrónico' arrojaron que el 65% de los encuestados a favor con la opción 'Excelente' y el 35% con la opción

'Bueno'. Al igual que en las anteriores todos los encuestados conocen la herramienta.

- Página web

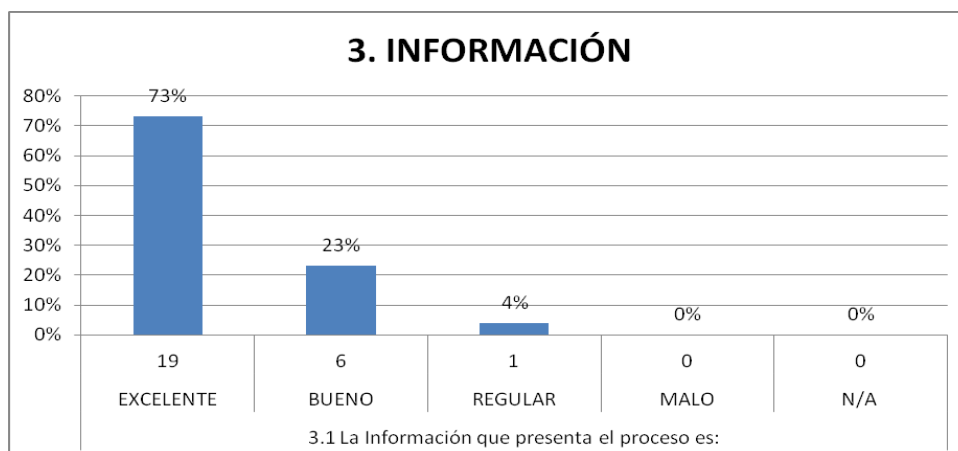


En los resultados de 'Página web', el 46% optó por calificar 'Excelente', el 42% 'Bueno', el 8% 'Regular' y el 4% 'Malo', lo que disminuye la calidad de la herramienta en su presentación y contenido, hecho que demuestra que los encuestados no están completamente conformes con este instrumento.

### 3.3.2.3. De la información

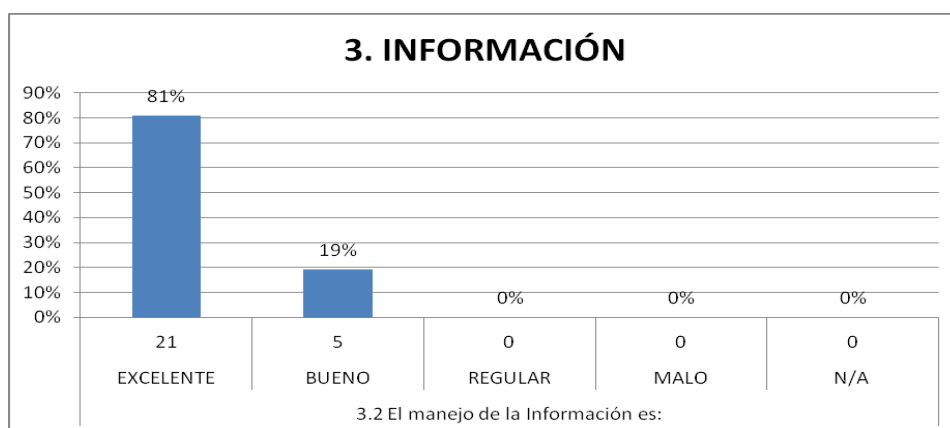
Evaluar la pertinencia de la información:

- La información que presenta el proceso es:



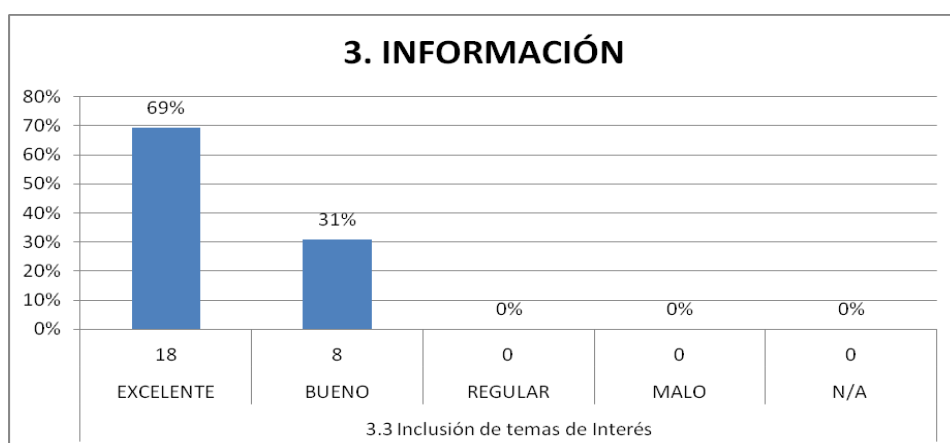
Los resultados de esta parte de la encuesta, señala que el 73% de los encuestados están muy conformes con la información que el proceso entrega. El 23% está satisfecho con la información y el 4% califica la información como 'Regular'. Esto significa que el tipo de información como noticias, consejos ortográficos y novedades de las Subdirecciones de la entidad ha crecido en aceptación entre los funcionarios de la misma.

- El manejo de la información es:



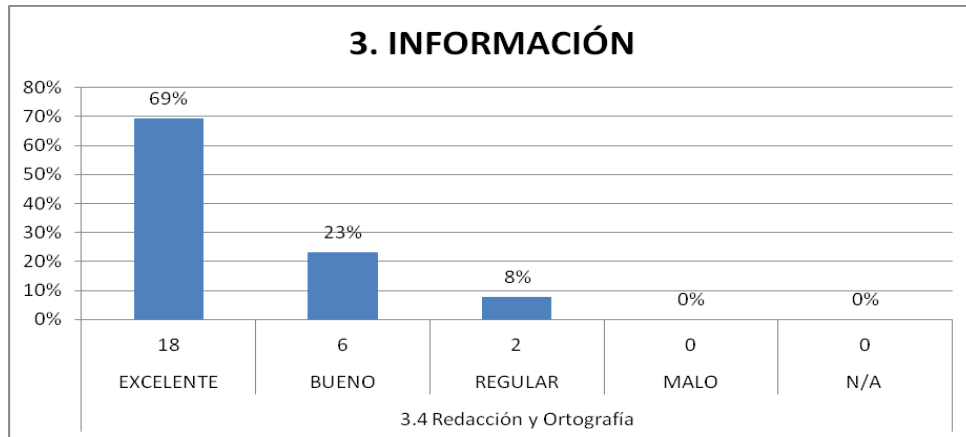
Los resultados del manejo de la información arrojaron que el 81% de los encuestados están satisfechos con la información que allí se administra en los instrumentos informativos y de comunicación de la Cámara de Comercio de Arauca. El 19%, por otro lado, lo califican como 'Bueno'. En este ítem, al igual que en el anterior, ha incrementado la satisfacción entre los encuestados.

- Inclusión de temas de interés



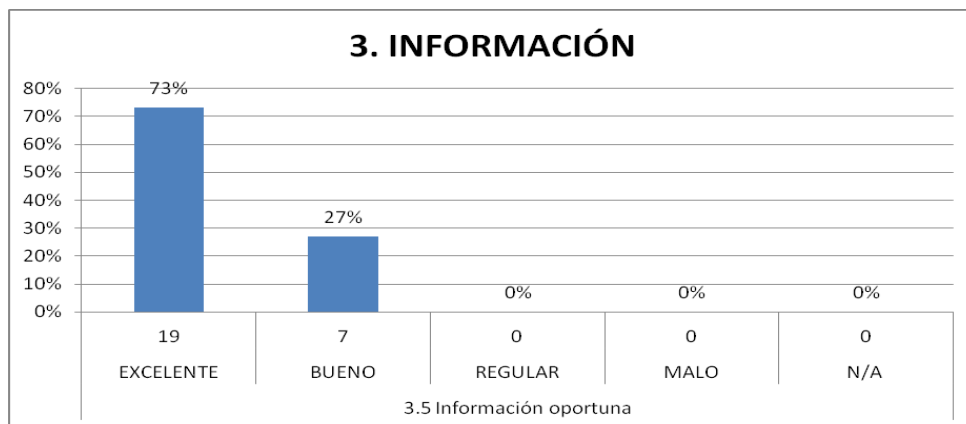
El 69% de los encuestados consideran que se incluyen temas de interés general en los instrumentos de información y comunicación de la entidad. El 31% aprueba la inclusión de temas de interés en los instrumentos de comunicación e información.

- Redacción y ortografía



En cuanto a la redacción y ortografía el 69% de los encuestados coinciden en que la redacción y ortografía es satisfactoria, el 23% piensa que la ortografía y redacción es aceptable y el 8% la considera 'Regular'.

- Información oportuna



Los resultados de esta pregunta reflejan la aceptación en la acertividad en la información oportuna, del 100% de los encuestados, 73% reflejan que están de acuerdo a la hora que se presenta la información y el 27% lo califican como 'Bueno' este ítem.

#### 3.3.2.4. Mencione temas

La pregunta es abierta y los encuestados expresan su opinión frente a los temas que consideran que se deben incluir temas de Capacitaciones que ofrece la entidad y más resultados de las áreas de la organización.

Lo que deja entrever que ya se incluyen temas que mencionaron en la encuesta pasada.

#### 4.3.1.5. Sugerencias

En esta parte de la encuesta, que también es de respuesta abierta, los encuestados expresan los consejos referentes a lo que maneja la Coordinación de Comunicaciones.

Sugieren el rediseño de la página web, la cual es tediosa de visitar y no es de fácil navegabilidad.

### 3.4. ANÁLISIS PARA PLAN OPERATIVO DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE ARAUCA

Para lograr el desarrollo del Plan Operativo de Comunicaciones de la Cámara de Comercio de Arauca, se requirió seguir los elementos primarios de la gestión de la comunicación, que señala Francisco Javier Garrido en su libro Comunicación Estratégica, Las claves de la comunicación empresarial en el siglo XXI.<sup>9</sup>

Allí, señala seis factores relevantes en la dicha gestión, 1. Investigación, 2. Interpretación y análisis, 3. Diseño estratégico, 4. Dirección y gestión, 5. Integración y 6. Evaluación y control.<sup>10</sup>

Estos elementos sirven como guía básica a la hora de desarrollar de forma sistemática la gestión elemental de los procesos de comunicaciones.

#### 3.4.1. Análisis DOFA

<b>Debilidades</b>	<b>Oportunidades</b>
*Creación reciente de la Coordinación de Comunicaciones. *Falta de herramientas- software- para la realización de actividades propias comunicacionales. * Poco personal.	*Adopción de modelos comunicacionales vanguardistas. *Mejora inmediata por medio del sistema de calidad que maneja la entidad.
<b>Fortalezas</b>	<b>Amenazas</b>
*Buenas relaciones	*No ejecutar el Plan Operativo.

<sup>9</sup> GARRIDO, Francisco Javier. EN: Comunicación Estratégica. Las claves de la comunicación Empresarial en el Siglo XXI. 1 ed. España: Gestión 2000, 2001.

<sup>10</sup> GARRIDO, Francisco Javier. EN: Comunicación Estratégica. Las claves de la comunicación Empresarial en el Siglo XXI. 1 ed. España: Gestión 2000, 2001. p. 111.



interinstitucionales de la entidad. *Personal joven y capacitado. *Capacitación continua en la entidad. *Instrumentos de información (revistas, boletines) ya existentes.	*No diseñar el Plan Estratégico. *No hacerle seguimiento a las estrategias diseñadas. *La mala interpretación de los resultados de los instrumentos de medida de indicadores aplicados.
---	--

### 3.5. PROPUESTA PLAN OPERATIVO DE COMUNICACIONES DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE ARAUCA

Ver Anexo L

### 3.6. ACTIVIDADES DE LA COORDINACIÓN DE COMUNICACIONES DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE ARAUCA

3.6.1. Apoyo, ya que es una responsabilidad compartida con Talento Humano, en la celebración y divulgación de cumpleaños de los funcionarios de la Cámara de Comercio de Arauca de los meses de enero a julio de 2012.

3.6.2. Apoyo logístico y de protocolo en las reuniones con empresarios, Administración Municipal y Departamental, sesiones de la Comisión Regional de Competitividad y la Red Regional de Emprendimiento y Desayunos Empresariales.

3.6.3. Celebración y divulgación de fechas especiales como las elecciones de Junta Directiva de la Cámara de Comercio de Arauca, en junio de 2012, recibimiento de invitados extranjeros a la celebración de reuniones, encuentros y visitas a la Cámara de Comercio de Arauca en el marco de la veeduría de las entidades de control como la Contraloría, Superintendencia de Industria y Turismo y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

### 3.7. ELABORACIÓN DEL CONTENIDO INFORMATIVO Y DE COMUNICACIONES DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE ARAUCA PARA MEDIOS INTERNOS Y EXTERNOS.

#### 3.7.1. Página web

Actualización periódica de la página web oficial de la Cámara de Comercio de Arauca. En la cual se publicaban noticias, fotografías y anuncios de ley para el público de interés y general de la Cámara de Comercio de Arauca.

### 3.7.2. Boletines de Prensa

Elaboración y construcción de los informes de prensa a medios locales del número 04 al 083. En los que contenía noticias, eventos y actualidad de la entidad cameral.

### 3.7.3. Boletines institucionales

Elaboración de información institucional divulgada a los funcionarios de la Cámara de Comercio de Arauca, con el fin de mantenerlos informados con el ánimo de compartir logros, metas y proyectos de las distintas dependencias de la entidad.

### 3.7.4. Revista Empresarios

Diagramación y consecución de la información que contendrá la Revista bimensual. A esta publicación se le hizo un cambio de formato, imagen y forma de distribución con lo cual se pretende hacer un lanzamiento de nueva imagen con el ánimo de impactar en los públicos de interés.

### 3.7.5. Revista Integración

Diagramación, consecución de la información e impresión de la publicación, la cual es de periodicidad anual, y contendrá los informes de gestión de la entidad cameral.

### 3.7.6. Correo electrónico

Actualización de prensa local, informes de actividades de la Cámara de Comercio y distribución de Boletines de Prensa e Institucionales.

### 3.7.7. Redes sociales

Actualización del perfil de la red social Facebook, en la cual la Cámara de Comercio de Arauca tiene cuenta y se relaciona de forma directa con los usuarios de la entidad.

### 3.7.8. Reportería gráfica de actividades de la Cámara de Comercio de Arauca

Asistencia fotográfica en todos los eventos que se llevaron a cabo en y por la Cámara de Comercio de Arauca, como capacitaciones, sesiones de trabajo, reuniones, encuentros interinstitucionales, encuentros gremiales, etc.

#### 4. CONCLUSIONES

- El inicio de la Coordinación de Comunicaciones en la Cámara de Comercio de Arauca, permitió identificar falencias de comunicación e información de la entidad con los públicos internos y externos.
- Los dispositivos con los que actualmente cuenta la Coordinación de Comunicaciones, fortalecen los procesos de cada una de las Subdirecciones de la entidad y genera confianza a la hora de divulgar las actividades y metas de la organización hacia los públicos externos y opinión pública.
- En el inicio de la dependencia de comunicaciones, comienza también los procesos que ésta administra con normas de calidad, gracias a la acreditación de Icontec con la que cuenta la Cámara de Comercio de Arauca, que vela por el manejo correcto de los procesos de la entidad.
- En materia estratégica, este documento es una guía para la elaboración del Plan Estratégico de la Coordinación de Comunicaciones de la entidad, lo cual permite identificar los beneficios y oportunidades a largo plazo.
- Se sugiere resaltar el interés de la Cámara de Comercio de Arauca en mantener los procesos comunicativos a la vanguardia, apelando al mantenimiento de la imagen corporativa y basando los servicios de la entidad en el buen desarrollo del “Servicio al Cliente”.

## 5. RECOMENDACIONES

- Una recomendación a la Cámara de Comercio de Arauca, luego de la elaboración del Plan Operativo de Comunicaciones, es facilitar las herramientas como software de edición de fotografías y creación de material publicitario como Corel Draw o Photoshop que permitan que el trabajo comunicativo sea integral.
- Se recomienda orientar todos los procesos y sus acciones hacia los objetivos institucionales, guiados a un proceso de comunicaciones como base de cada subdirección, lo que daría más participación a la Coordinación de Comunicaciones.
- Se aconseja incluir procesos de mercadeo, ya que no ha sido explorado por la entidad y lograría armonía y aspecto extra en los proyectos de la entidad.
- Se sugiere abrir una plaza para pasantía o práctica, profesional o técnica, en comunicación o mercadeo, de esta manera, el aprendiz participaría en la entidad como apoyo al Coordinador de Comunicaciones en los procesos exclusivos de comunicación y prensa, ya que la coordinación incluye otros temas como protocolo, relaciones públicas, atención de públicos de interés, entre otros.

## BIBLIOGRAFÍA

CÁMARA DE COMERCIO DE ARAUCA. Institucional [en línea]. <<http://ccarauca.org/?vercategoria=1&vernoticia=2&catid=1&categoria=Institucional&diarias=0>> [citado en 18 de julio de 2012]

GARRIDO, Francisco Javier. EN: Comunicación Estratégica: Las claves de la comunicación empresarial en el siglo XXI. 1 ed. España: Gestión 2000, 2001.

GOODSTEIN, Leonard D. NOLAN, Timothy M. PFEIFFER, J. William. EN: Planeación estratégica aplicada: Cómo desarrollar un plan que realmente funcione. 1 ed. Colombia: Nomos S.A., 1998.

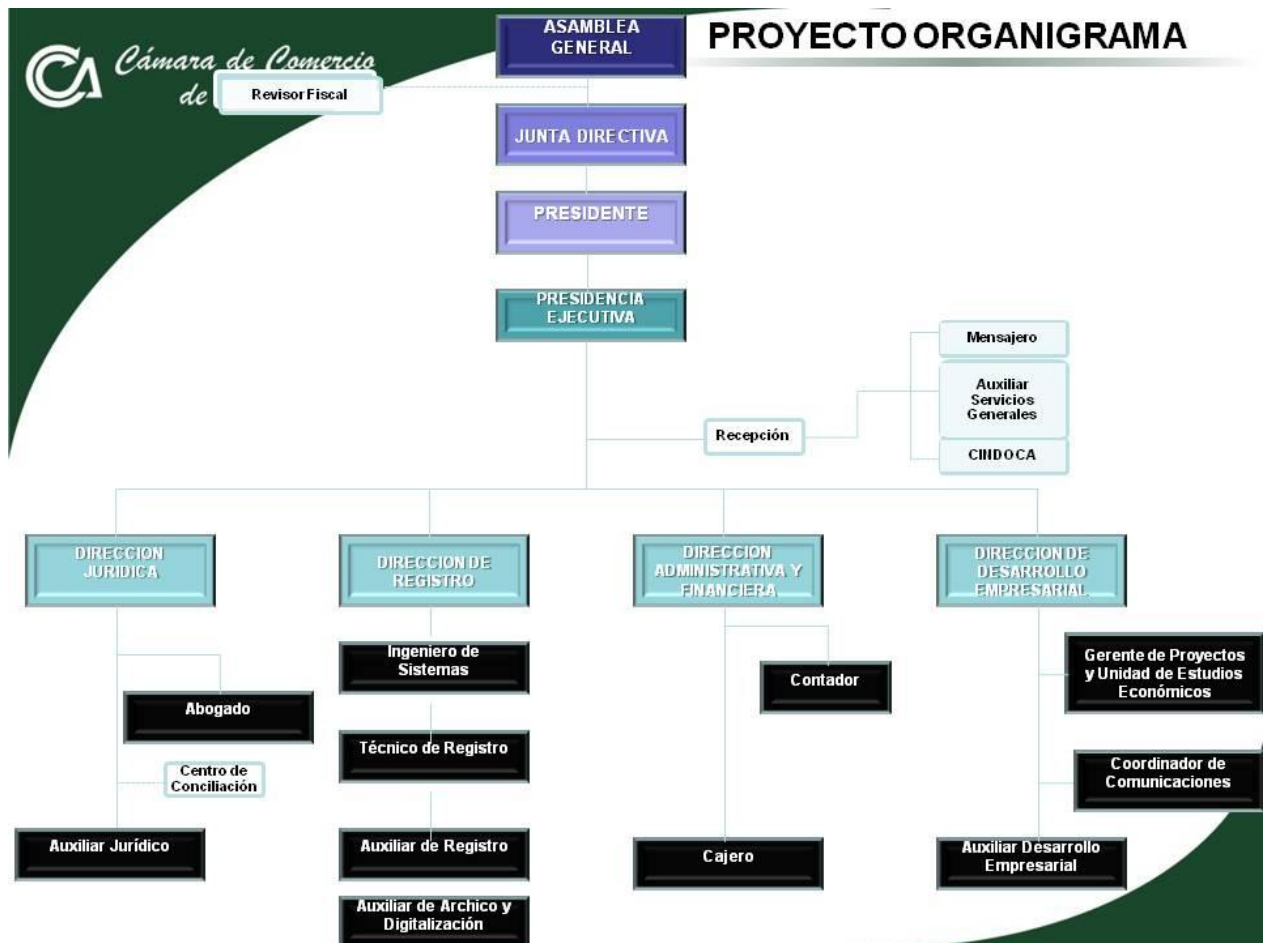
OGLIASTRI, Enrique. EN: Manual de planeación estratégica. 3 ed. Colombia: Tercer mundo, 1998.

REAL ACADEMIA DE LA LENGUA ESPAÑOLA, RAE. Inicio [en línea]. <<http://www.rae.es/rae.html>> [citado en 18 de julio de 2012]

Universidad Pontificia Bolivariana, Seccional Bucaramanga, Plan de Desarrollo 2011 – 2015, 2010, 93 p.

# **ANEXOS**

## Anexo A- Organigrama



## Anexo B- Boletín de Prensa



### BOLETÍN DE PRENSA N° 088 – 2012

➤ **Finalizó la jornada de inducción al experto holandés del Programa PUM.**

Arauca, Martes 14 de agosto de 2012...

La jornada de inducción en horas de la mañana, se llevó a cabo en la Casa de Departamental de la Cultura; Willem Reynders, experto del Programa PUM, recibió la introducción sobre la actual situación del turismo en el Departamento de Arauca por parte de profesionales de la Cámara de Comercio de Arauca y la Oficina Asesora de Turismo del Departamento.

En la jornada de la tarde, el experto realizó visitas en varios hoteles para verificar el estado real de los establecimientos y de esta manera entregar recomendaciones a sus propietarios.

Hoy, inician las asesorías personalizadas con las empresas del piedemonte araucano y de los demás municipios del Departamento de Arauca. Se estima que en el horario de la tarde se harán visitas a las posadas turísticas de la zona.

El encuentro:

Fecha: Martes 14 de agosto de 2012

Lugar: Auditorio Casa Departamental de la Cultura

Hora: 8 a.m.

### OFICINA DE COMUNICACIONES Y PRENSA CCA



Carrera 25 No.28A-49 Edificio Aspa. Telefax (097) 8853356 – 8856874 – 8856876  
Email: [ccaarauca@ccarauca.com](mailto:ccaarauca@ccarauca.com) Web: [www.ccarauca.org](http://www.ccarauca.org)





## Anexo C- Boletín Institucional



### BOLETÍN INSTITUCIONAL 042 DE 2012

**Arauca 10 de julio 2012**

- La Presidencia Ejecutiva informa que se ausentará de la entidad el viernes 13 de julio de 2012; ya que se desplazará a la ciudad de Bogotá en donde se reunirá con los representantes de la aerolínea Avianca.
- La Oficina de Talento Humano informa que a partir del lunes 16 de julio de 2012 inician las vacaciones de Maritza Ballesteros, Secretaria de Presidencia, para lo cual se dispuso, por órdenes de Presidencia Ejecutiva que Dalia Cisneros, Asistente de Desarrollo Empresarial, será quien reemplace a Maritza durante el tiempo de sus vacaciones.
- La Subdirección de Desarrollo Empresarial informa que mañana se llevará a cabo una reunión con la Red de Emprendimiento.

**Lugar:** Auditorio "Carlos Isael Gaona" Cámara de Comercio de Arauca

**Fecha y Hora:** Jueves 12 de julio de 2012 - 2:00 p.m.

- La Oficina de Talento Humano informa que el Banco Falabella ubicado en la sede de Home Center en la ciudad de Cúcuta, hará la presentación de su portafolio de servicios.

**Lugar:** Auditorio "Carlos Isael Gaona" Cámara de Comercio de Arauca

**Fecha y Hora:** Martes 16 de julio de 2012 - 7:30 a.m.

**COORDINACIÓN DE PRENSA Y COMUNICACIONES CCA**



*Carrera 25 No.28A-49 Edificio Aspa. Telefax (097) 8853356 – 8856874 – 8856876  
Email: ccaarauca@ccarauca.com Web: www.ccarauca.org*



## Anexo D- Correos electrónicos informativos

**REDACTAR**

**Correo** ← 📧 ! 🗑️ 📁 📧 ⌵ Más

**Recibidos**  
Destacados  
Importante  
Enviados  
**Borradores (295)**  
Prioridad  
Seguimiento  
Varios  
Más

**Chat** ⌵  
Buscar contactos...  
● LAURA PITTA  
Invisible ⌵

**Invisible**  
[Volver a estar visible](#)  
📞 Llamar a un teléfono  
● ANA BEATRIZ GO...  
● Asistente Juridica  
● Comision Regional ...  
● Dalia Cisneros  
● desarrollo empresa ...

**Informe de Prensa Local** 📄 Recibidos x

**LAURA PITTA** 13 jul ☆ ↩ ⌵  
para bcc: cca, bcc: leidynavarro19... bcc: Maria

**MERIDIANO 70**

**Alcalde podría generar Primerero hay que capacitar**

Un convenio entre la Alcaldía de Arauca y el Se...  
arauca ante el Instituto Geográfico Agustín C...

Lea el artículo completo <http://www.meridiano70...>

**En septiembre de este año se definirá los límites de 64 veredas**

64 veredas del departamento de Arauca poseen problemas limítrofes, estos territorios presentan dificultades para recibir recursos, este jueves el gobernador Facundo Castillo Cisneros, se reunió con las comunidades perjudicadas por esta problemática.

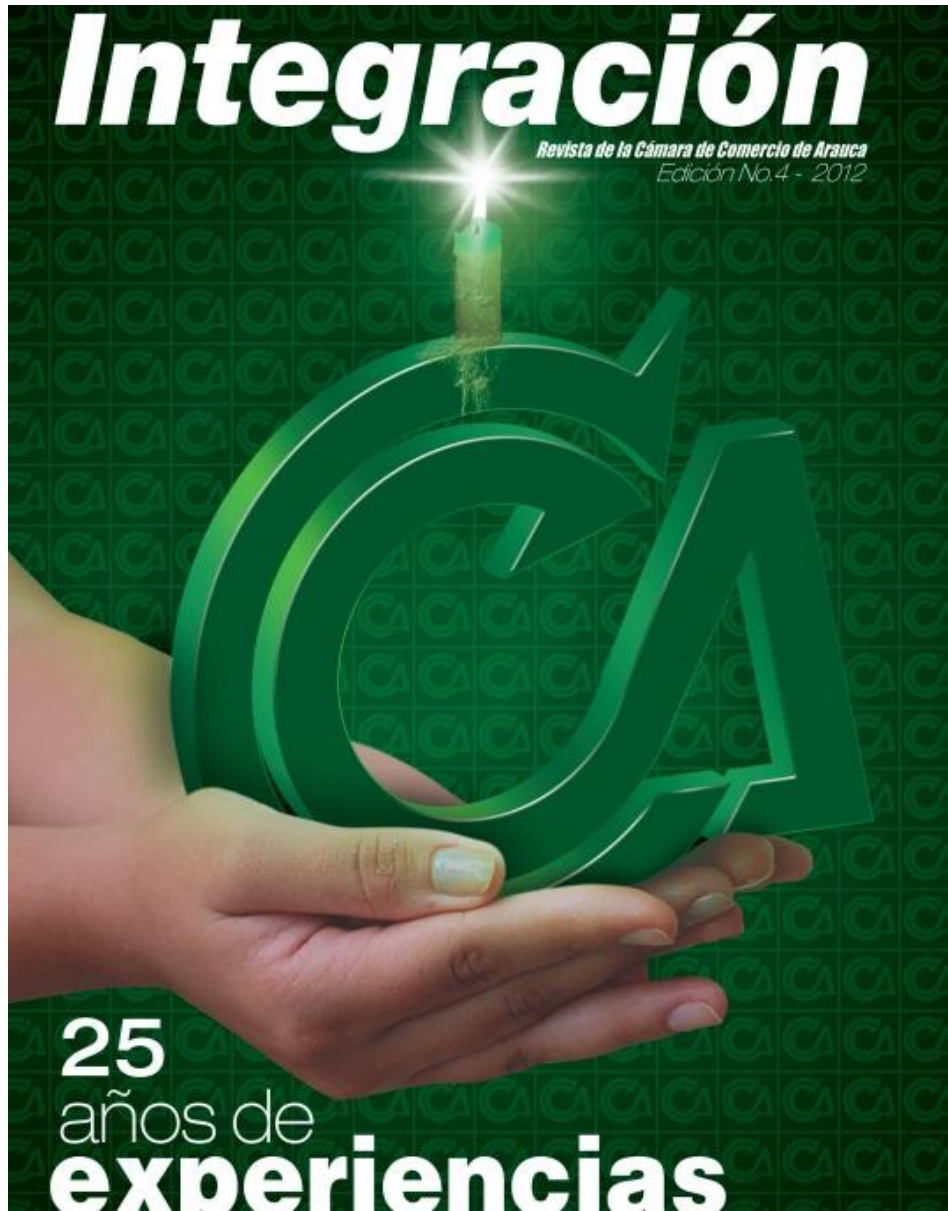
Lea el artículo completo <http://www.meridiano70.net/?id=523>

**KAPITAL STEREO**

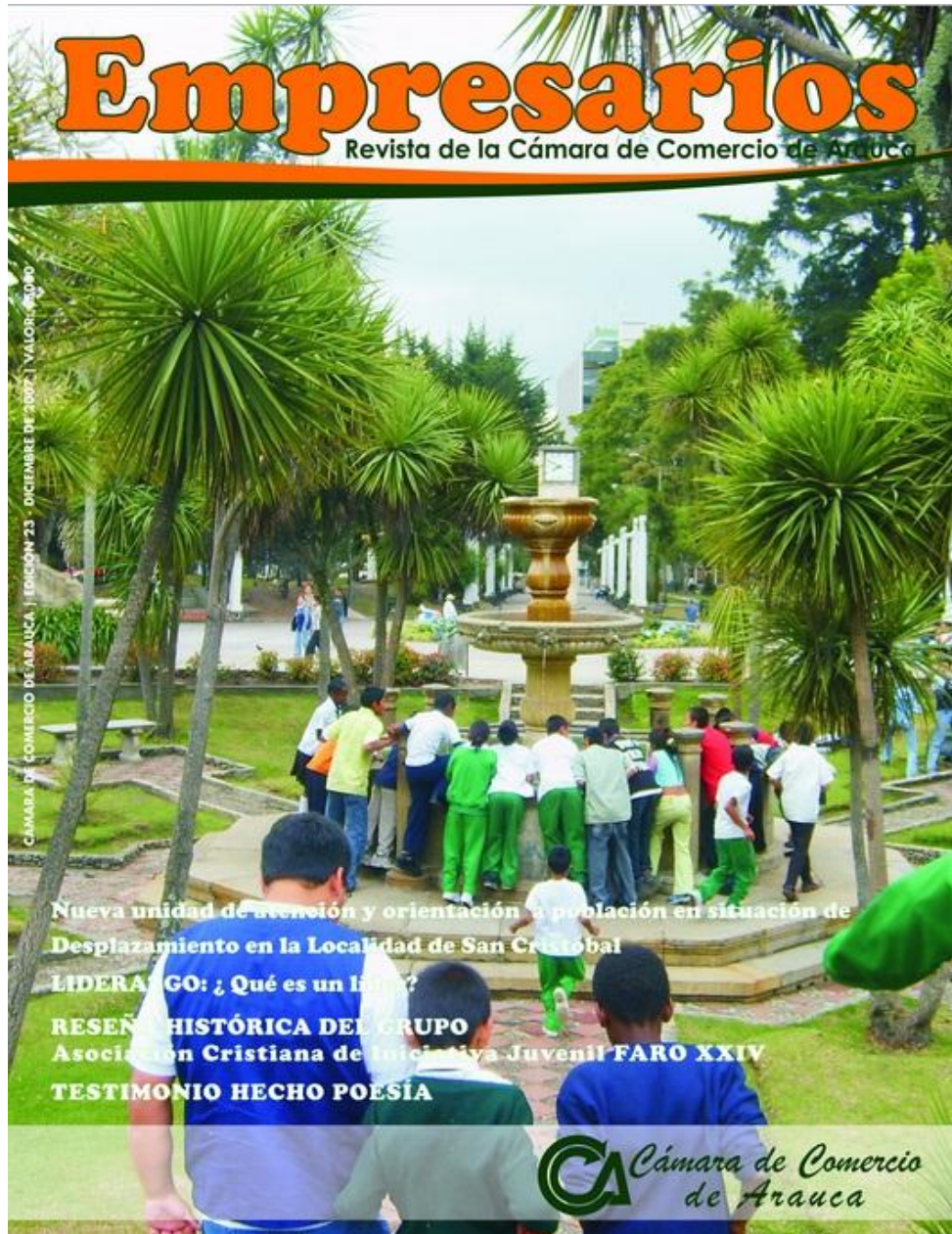
**Avanzan negociaciones entre Pacific Rubiales y comunidad de Cravo Norte.**

de: **LAURA PITTA** comunicaciones@camaracomercioarauca.com  
para: LAURA PITTA <comunicaciones@camaracomercioarauca.com>  
Cco: cca <cca@camaracomercioarauca.com>, leidynavarro1904@yahoo.es, Maria Teresa Maldonado Coronado <maternalcor@hotmail.com>  
fecha: 13 de julio de 2012 09:31  
asunto: Informe de Prensa Local  
enviado por: camaracomercioarauca.com  
📌 Mensaje importante por las palabras que contiene

Anexo E- Revista Integración







## Anexo G- Oficios



Gobernación de Arauca



Cámara de Comercio  
de Arauca

Nít. 892.003.457-2

5000

Nº 0095125

Arauca, 03 AGO 2012

Doctor  
**RODRIGO ENRIQUE CARDENAS ACEVEDO**  
Director Regional  
Universidad Nacional Sede Orinoquia  
Ciudad

Cordial saludo,

La Gobernación de Arauca en su facultad de entidad del Estado que vela por todos los procesos productivos y del desarrollo del Departamento de Arauca y la Cámara de Comercio de Arauca de representar y promover el desarrollo empresarial, se unen para acompañar las actividades que fortalecen las cadenas productivas de la región, permitiendo la internacionalización de las empresas; es entonces, una oportunidad, como empresario, para abrir nuevos mercados que permiten mejorar la rentabilidad de su negocio.

En concordancia con esto, la Cámara de Industria y Comercio Colombo- Alemana, extiende la invitación a la Rueda de Negocios en Alemania y Misión Empresarial a la Feria SIAL 2012 Hannover y París, Alemania- Francia 16 al 25 de octubre de 2012, razón por la cual, lo invitamos a la socialización del Programa.

La reunión se desarrollará:

Fecha: Martes 14 de agosto de 2012

Hora: 9:30 a.m.

Lugar: Auditorio "Carlos Isael Gaona" Cámara de Comercio de Arauca

Cordialmente,

**JOSÉ FACUNDO CASTILLO**  
Gobernador de Arauca

**GISELA GARCÉS VALDÉS**  
Presidenta Ejecutiva



Redactó: Jakeline G.  
Revisó: Laura P.  
Aprobó: Adriana S.

Carrera 25 No.28A-49 Edificio Aspa. Telefax (097) 8853356 – 8856874 – 8856876  
Email: ccaarauca@ccarauca.com Web: www.ccaarauca.org



## Anexo H- Cartelera





## Anexo I- Página web

Correo Contáctenos Peticiones Inicio

**CA** *Cámara de Comercio de Arauca*

www.ccarauca.com

**Contenido**

- Institucional
- Registro Mercantil
- Elecciones Junta Directiva 2012 -2014
- Noticias
- Ferias y Eventos Nacionales e Internacionales
- Afiliados
- Registro Unico de Proponentes
- Quejas y Reclamos
- Informes de Gestion y Financieros
- Conciliación
- TLC y Sociedad Civil
- Estadísticas y Estudios Económicos
- Proexport
- CRC

**Noticias**

**Min. Defensa y Agencia Logística de las FF.MM. difunden Campaña de Prevención de Estafas**

Actualizado 2012-07-31 11:43:13

El Ministerio de Defensa Nacional y la Agencia Logística de las Fuerzas Militares iniciaron la Campaña Prevención de Estafas, la cual tiene el propósito informar de forma oportuna a empresarios y comerciantes de Colombia sobre las estafas que realizan organizaciones al margen de la ley mediante suplantación.

**Cámara de Comercio de Arauca invita a los comerciantes a participar del curso Servicio al cliente**

Actualizado 2012-07-29 13:42:40

La Cámara de Comercio de Arauca abre nuevamente, mediante convenio con el Sena, curso de Servicio al Cliente.

**Programa de Reconversión Socio Laboral hace pre**

## Anexo J- Cronograma



**NOMBRE DE LA PASANTE:**

LAURA MARGARITA PITTA

**CARGO:**

PASANTE COORDINADORA DE COMUNICACIONES DE LA CAMARA DE COMERCIO ARAUCA

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES		MESES							UNIDAD DE MEDIDA	META
N	ACTIVIDADES	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL		
1	Boletines Internos Institucionales.	PERMANENTE							Unidad	90
2	Boletines Externos de Prensa.	PERMANENTE							Unidad	120
3	Elaboración, diseño y diagramación del Periodico.			5		2		3	Unidad	3
4	Elaboración, diseño, diagramación y publicación de la Revista Empresarios.			15					Unidad	1
5	Creación Red de Afiliados.	12				23			Meses	5
6	Cubrimiento de la Renovación de Matricula Mercantil.	PERMANENTE							Meses	3
7	Apoyo logístico en capacitaciones y eventos institucionales.	PERMANENTE							Meses	6
8	Elecciones de Junta Directiva								Meses	2
9	Disponibilidad para otras actividades de comunicaciones que la Dirección requiera de forma extraordinaria.	PERMANENTE							Unidad	15



## Anexo K- Encuesta de Satisfacción

 <p><b>Cámara de Comercio de Arauca</b> S.R.L. DEL C.A.F. 2</p>	<b>FORMATO EVALUACIÓN DE LA SATISFACCIÓN DE EMPLEADOS</b>	<b>CÓDIGO</b>	F-CP-01
		<b>VERSION</b>	1
		<b>FECHA</b>	Marzo de 2012

La Cámara de Comercio de Arauca, con el ánimo de mejorar las comunicaciones internas, lo invita a que comparta su opinión sobre el Proceso de Comunicaciones.

**PROCESO:** Coordinación de Comunicaciones y Prensa

Marque con una X a la respuesta que corresponda, según la escala: 1. Excelente. 2. Bueno. 3. Regular. 4. Malo

**1. PERCEPCIÓN.**

	1	2	3	4	N/A
1.1. Amabilidad en la recepción de información.					

**2. DE LAS HERRAMIENTAS.**

Evaluar los dispositivos usados en la distribución de la información.

	1	2	3	4	N/A
2.1. Boletín Institucional:					
2.2. Cartelera informativa:					
2.3. Correo electrónico:					
2.4. Página web:					

**3. DE LA INFORMACIÓN.**

Evaluar la pertinencia de la información.


	1	2	3	4	N/A
3.1. La información que presenta el proceso es:					
3.2. El manejo de la información es:					
3.3. Inclusión de temas de interés:					
3.4. Redacción y ortografía:					
3.5. Información oportuna:					

**4. MENCIONE LOS TEMAS QUE DESEARÍA VER EN LOS DISPOSITIVOS DE COMUNICACIONES INTERNAS:**


**5. SUGERENCIAS:**


Carrera 25 18 A-49 · Telefax: (097) 8853356 - 8853368 – 8856874 - 8856876 Arauca  
E-mail: ccarauca@ccaarauca.com · Página Web: www.ccarauca.com

## Anexo L- Propuesta Plan Operativo de Comunicaciones de la Cámara de Comercio de Arauca

		Plan operativo de Comunicaciones 2012					
ÁREA	ESTRATEGIA GENERAL	OBJETIVO	ACCIÓN ESTRATÉGICA	DISPOSITIVOS DE INFORMACIÓN O COMUNICACIÓN	INDICADORES DE RESULTADO		
					INDICADOR	FÓRMULA	FRECUENCIA
Presidencia Ejecutiva	Lograr un alto grado de satisfacción de los públicos (internos y externos) de la Cámara de Comercio de Arauca.	Desarrollar dispositivos de comunicación e información que permitan a la Cámara de Comercio de Arauca estar en la cotidianidad de su entorno.	Implementar dispositivos de información con los cuales los públicos de la Cámara de Comercio de Arauca conocerán de primera mano lo que pasa en la entidad.	Programas radiales - Carteleras informativas - Medios informativos impresos - Página web - Boletín de prensa	Índice de percepción de la entidad, con respecto al impacto mediático y público obtenido de la comunicación externa.	(# de público objetivo con buena percepción sobre la entidad/ # de personas encuestadas)	Anual
			Realizar paralelamente, procesos medibles con el fin de monitorear la pertinencia de los dispositivos adoptados.	Página web - Interacción web (Base de datos, correos, PQR), dispositivos de comunicaciones (Encuentros interpersonales presenciales)			
			Crear dispositivos de monitoreo de las medidas adoptadas antes de la implementación de los nuevos procesos para determinar su continuidad y funcionalidad.	Página web - Interacción web (Base de datos, correos, PQR)			
		Promover cultura comunicativa que esté basada en el respeto mutuo y el interés recíproco de mejoramiento.	Adoptar costumbres comunicativas en las que se pueda entablar una retroalimentación, como el mejoramiento del servicio al usuario, entre el usuario y la entidad.	Publicidad impresa, boletín de prensa, Página web, Carteleras informativa, PQR.	% de trabajadores satisfechos con respecto a las actividades y asertividad en la información, dentro del marco de Comunicación Interna de la Entidad	(# Trabajadores satisfechos con la Com. Interna/# Trabajadores encuestados) x 100	Bimensual
		Adaptar procesos exitosos de otras organizaciones, con el fin de probar la efectividad de dichos procesos en la entidad.		Programas radiales, Boletín institucional y de Prensa, Cuñas publicitarias, Interacción web. Dispositivos de comunicación (reuniones de tráfico,			