



UNIMINUTO
Corporación Universitaria Minuto de Dios
Educación de calidad al alcance de todos

Corporación Universitaria Minuto de Dios Vicerrectoría Regional Orinoquía

Sistematización de práctica profesional en la Fundación para la Instrucción en Tránsito,
Transporte y Seguridad Vial, FINSTRUVIAL. Periodo 2019-1.

Presentado por:

Ana Sofía Medina Muñoz

Tutor:

René Herrera

Facultad de Ciencias de la Comunicación
Programa Comunicación Social – Periodismo

Villavicencio – Meta

2019

Tabla de Contenido

1. Introducción	4
2. Contexto.....	5
3. Justificación	7
4. Objetivos	9
4.1 Objetivo General	9
4.2 Objetivos Específicos	9
5. Planteamiento problema	10
5.1 Pregunta problema.....	10
6. Marco teórico	11
6.1 Cultura organizacional	11
6.2 Comunicación interna.....	14
6.3 Comunicación organizacional	15
7. Metodología	19
8. Análisis crítico de la experiencia.....	21
9. Producto	24
10. Conclusiones	32
11. Anexos	34
12. Referencias.....	41

Figuras

Figura 1. Modelo de las dinámicas de la cultura organizacional. Fuente: Adaptado de Hatch, Mary J. The Dynamics of Organizational Culture. In: The Academy of Management Review. 1993, vol. 18, no. 4, p. 660.).....	13
Figura 2. Modelo de Comunicación Productiva, Abraham Nosnik.	17

Ilustraciones

Ilustración 1. Tapa del Manual de Cultura Organizacional – Tabla de Contenido.....	24
Ilustración 2. Intención del Manual - Descripción de la Fundación.....	25
Ilustración 3. Motivación - Misión Finstruvial.....	26
Ilustración 4. Visión Finstruvial - Motivación.....	27
Ilustración 5. ¿Cómo actúa Finstruvial? - Principios Institucionales	28
Ilustración 6. Equipo - Compendio Organizacional.....	29
Ilustración 7. Promoción de la Cultura Finstruvial - Decálogo del buen trato	30
Ilustración 8. Formato de recibido - Tapa de atrás del Manual de Cultura Organizacional	31

1. Introducción

La comunicación organizacional juega un papel importante en el desarrollo de cualquier empresa, al ejecutarse de manera asertiva notaremos resultados positivos tanto de manera interna como en elementos externos.

Dentro de la comunicación organizacional es pertinente resaltar el valor agregado que aporta la comunicación interna en procesos administrativos, clima laboral y cultura organizacional que permiten a los colaboradores, como clientes internos, desempeñar de manera óptima sus labores.

La presente sistematización pretende exponer la experiencia de práctica universitaria ejecutada desde el punto de vista organizacional en la Fundación para la Instrucción de Tránsito, Transporte y Seguridad Vial, FINSTRUVIAL, con la intención de establecer una comunicación y cultura organizacional que permitan el incremento de la satisfacción y buen desempeño del cliente interno.

En la edición 88 de la revista Razón & Palabra, Moreno, Arbeláez y Calderón (2015) resaltan que “cuando al interior de una organización se evidencian procesos claros de comunicación se consigue hacer participar a los miembros en la estructuración de una cultura e identidad propia que aumente el sentido de pertenencia y los lleve a cooperar para conseguir objetivos comunes”.

En un acercamiento inicial, se pudo conocer las dinámicas de la empresa, por medio de trabajo de campo se evidenciaron falencias comunicativas y de sentido de pertenencia por parte de los colaboradores, así como un mínimo compromiso que trae como consecuencia un desarrollo poco óptimo de las labores individuales de los mismos.

Por lo tanto, esta sistematización tiene como finalidad realizar un Manual de Cultura Organizacional que refuerce el sentido de pertenencia con mensajes positivos, incluyendo comportamientos adecuados al interior de la empresa, información sobre la misma, promoción de cultura con la iniciativa “FINSTRUVIALSoyYo” y demás aspectos que, al articularse, impulsa la cultura organizacional, al mismo tiempo que genera un clima laboral agradable y se refuerzan las relaciones interpersonales.

2. Contexto

Ubicada en Villavicencio desde 1999, la Fundación para la Instrucción de Tránsito, Transporte y Seguridad Vial, FINSTRUVIAL, viene funcionando hace veinte años, ofreciendo programas de formación para los conductores, estudios de consultoría en el Departamento del Meta, extendiéndose al territorio nacional, teniendo como base fundamental el servicio en prevención, movilidad y seguridad vial.

Cuenta con tres directivos, alrededor de seis docentes, cuatro miembros en el personal administrativo y una persona en el área de servicios.

Como entidad de economía privada, FINSTRUVIAL, desarrolla programas en formación bajo los pilares de las normas de competencia laboral con fundamento en las disposiciones que enmarcan las instituciones de educación para el trabajo y desarrollo humano, desarrollar programas de formación laboral o de formación académica de acuerdo con lo establecido en la Ley 115 de 1994.

Dentro de las necesidades expuestas en el Manual de Funciones del Comunicador Social empleado por FINSTRUVIAL, se destacan tres criterios de desempeño:

1. Demostrar la actitud para cumplir con el objeto social de la Fundación Finstruvial.
2. Desarrollar actividades comunicacionales de manera efectiva, confiable y oportuna.
3. Plataforma estratégica practicada con el fin de ser coherente con los lineamientos institucionales.

El objetivo principal del Comunicador Social en FINSTRUVIAL es:

Desarrollar efectivas actividades comunicacionales que permitan satisfacer las necesidades de información de la Fundación Finstruvial y fortalecer su imagen institucional con grupos de interés, mediante técnicas y canales que tiendan a mejorar el proceso informativo de la gestión realizada por la empresa, de manera efectiva, confiable y oportuna.

Algunas de las funciones esenciales del Comunicador Social en FINSTRUVIAL son:

1. Asesorar y coordinar en los mecanismos para emitir mensajes, ya sean informativos o institucionales como en los canales de comunicación que posibiliten la promoción, difusión y el flujo de información, de manera oportuna y eficiente.
2. Asesorar en la programación y realización de eventos institucionales de la Fundación FINSTRUVIAL, garantizando la coordinación logística, difusión, promoción y correcta aplicación de la imagen corporativa.
3. Programar y coordinar la realización y ubicación de señalización corporativa y pedagógica en la Fundación FINSTRUVIAL.
4. Coordinar los mecanismos que permiten brindar información y orientación de manera oportuna, exacta y clara a los usuarios internos y externos de la Fundación FINSTRUVIAL.
5. Participar activamente en los comités a realizarse.
6. Garantizar bajo los más óptimos niveles de comunicación la imagen corporativa que le permita a la Fundación FINSTRUVIAL participar en eventos especiales en los cuales se pueda mercadear sus servicios, como dar a conocer el quehacer de la Fundación FINSTRUVIAL, buscando posicionamiento.

3. Justificación

La cultura organizacional está compuesta por las percepciones de los colaboradores pertenecientes a la empresa, por lo que resulta importante escuchar para establecer de alguna manera criterios que permitan responder a las necesidades evidenciadas por medio del diagnóstico hecho a la empresa, los símbolos que la representan, el lenguaje compartido y una imagen clara que ayuda a fidelizar y generar pertenencia en los miembros.

Gómez-Díaz (2013) acota que “a nivel grupal, la cultura organizacional se puede entender como un sistema de representaciones, capacidades y habilidades, que comparte un grupo de individuos para lograr sus objetivos y metas, actuando como colectivo en el marco de su sociedad específica.” (p. 38).

La sistematización es un ejercicio importante en el que un Comunicador Social – Periodista de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, Vicerrectoría Regional Orinoquía puede explotar y adquirir conocimientos durante el proceso de la práctica profesional, así como aportar y generar ideas que dinamicen los procesos o bien implementar herramientas que conlleven a optimizar las prácticas realizadas durante los 6 meses en que se realizan las prácticas profesionales.

Esta práctica profesional me permitió desarrollar competencias y adquirir capacidades en donde tanto las actitudes como aptitudes contribuyeron a tener una mirada reflexiva y crítica de la experiencia.

Por tanto, realizo la esta sistematización debido a que tengo un conocimiento teórico que me permite generar una praxis por medio del mismo. Bajo este punto de vista, Francke, M y Morgan, ML (1995) afirman que:

La sistematización se conceptualiza como una forma de generación de conocimientos adecuada a las condiciones de trabajo y capacidades particulares de quienes están involucrados cotidianamente en la ejecución de las acciones y que son, ante todo prácticos, por lo que tienen formas de acceder a la información y procesarla que son diferentes a las de los intelectuales. Es por ello que uno de los retos para quienes estamos pensándola, es el de definir metodologías de producción de conocimientos adecuadas a la forma particular de pensar que tienen los profesionales de la acción. (p.5)

Por lo que resulta importante evidenciar como la comunicación interna en conjunto con la cultura organizacional pueden ser generadoras de cambios internos en una empresa, a través de la manera en que sus miembros conciben la organización y se apropian de la misma, beneficiando así, en este caso, al equipo de trabajo FINSTRUVIAL y a quienes en un futuro se vinculen a él.

Debido a que esta sistematización contribuye a la generación de nuevas prácticas y aptitudes, el Manual de Cultura Organizacional generará un alto impacto puesto que actualmente no cuentan con uno propio y, por otro lado, influye en la participación de los miembros a la estructuración de una cultura organizacional que desarrolle el sentido de pertenencia y se genere el interés de cooperar para lograr objetivos comunes.

Este Manual de Cultura Organizacional se convertirá en la herramienta de bienvenida para quienes lleguen a vincularse en un futuro con FINSTRUVIAL; así como permitirá ser una referencia para quienes ya pertenecen a la empresa.

La presentación rezará de la siguiente manera:

“El presente manual está dirigido a ti, que has decidido ser parte nuestro equipo de trabajo, aquí encontrarás información específica que te permitirá desenvolverte óptimamente en tu entorno laboral puesto que tiene el propósito de ser una herramienta de trabajo.

Cuenta con # secciones que te dan a conocer nuestra identidad corporativa.”

4. Objetivos

4.1 Objetivo General

Sistematizar la práctica profesional enmarcando estrategias que promuevan la cultura organizacional y sentido de pertenencia en los miembros de la Fundación para la Instrucción en Tránsito, Transporte y Seguridad Vial, FINSTRUVIAL.

4.2 Objetivos Específicos

Identificar a través de la revisión documental la existencia de elementos que motiven y/o impulse al colaborador FINSTRUVIAL en el desarrollo de sus actividades.

Construir un método de promoción de cultura organizacional con el que se identifiquen los empleados.

Establecer dinámicas mediante la generación de pautas de comportamiento que influyan de manera positiva en la cultura organizacional.

5. Planteamiento problema

A partir de acercamientos con el Gerente y por medio de reuniones con algunos miembros del equipo de trabajo se estableció lo requerido por la empresa y de una interacción individual con éstos, se detectó la necesidad de construir la cultura organizacional a través de la comunicación interna para establecer pautas que ayuden en la resolución de las falencias que puedan presentarse al interior de la organización.

Para definir e impulsar la cultura organizacional se implementará como novedad un Manual de Cultura Organizacional en el que se incluyan algunos elementos como: visión, valores, misión, comportamientos, normas, cultura compartida, personas, mensaje, símbolos, ¿quiénes somos?, ¿a dónde vamos?, ¿cómo actuamos?, que ayudará a crear la cultura organizacional en los colaboradores de la empresa.

La implementación de este Manual jugará un papel importante debido a las funciones que puede llegar a cumplir como: ser motivador, referencial, simbólico y de aprendizaje.

5.1 Pregunta problema

En este contexto y con lo anteriormente expuesto, con la finalidad de dar un primer paso a establecer una cultura organizacional resulta necesario dar respuesta a la siguiente pregunta que orienta este ejercicio de práctica profesional.

¿Qué elemento comunicativo podría impulsar la cultura organizacional en los colaboradores de la Fundación para la Instrucción en Tránsito, Transporte y Seguridad Vial, FINSTRUVIAL?

6. Marco teórico

Todo Gobierno necesita de una política pública de seguridad vial en el cual apoyarse para llevar a cabo la implementación de estrategias que respondan a las necesidades presentes en los Municipios y Departamentos. Apoyando lo anterior, la Ley 105 de 1993, rige una serie de condiciones para la ejecución de dicha política pública, “por la cual se dictan disposiciones básicas sobre el transporte, se redistribuyen competencias y recursos entre la Nación y las Entidades Territoriales, se reglamenta la planeación en el sector transporte y se dictan otras disposiciones”.

Si bien el marco legal es importante, conocer de dónde nace lo significativo del término seguridad vial es también relevante.

La definición de la palabra *seguridad* viene del latín *securitas*, se refiere a aquello que está exento de peligro, daño o riesgo (Foro de Seguridad). Por lo tanto, el concepto de seguridad vial supone la prevención de accidentes de tránsito con el objetivo de proteger la vida de las personas.

Lo anterior es esencial en el marco de acción de FINSTRUVIAL y su desempeño como estrategia en el Plan Estratégico de Seguridad Vial (PESV) que pretende ser de interés en la política pública de seguridad vial de cualquier territorio a nivel nacional.

Ahora bien, para el desarrollo de la sistematización de mi práctica profesional es primordial abordar conceptos como comunicación, organización y cultura para que se evidencie de qué manera influyen y funcionan entre sí.

6.1 Cultura organizacional

Supone un reto frente al desarrollo de las actividades de los colaboradores puesto que es necesario conocer, analizar, interiorizar y aplicar conceptos que den respaldo a la gestión del comunicador frente al desempeño de las labores de los colaboradores, para el cumplimiento de las metas organizacionales y el fortalecimiento de la reputación corporativa. Salazar E, Guerrero P, Machado R y Cañedo A (2009) definen la cultura organizacional como:

El patrón general de conductas, creencias y valores compartidos por los miembros de una organización. Los miembros de la organización determinan

en gran parte su cultura y, en este sentido, el clima organizacional ejerce una influencia directa, porque las percepciones de los individuos determinan sustancialmente las creencias, mitos, conductas y valores que conforman la cultura de la organización. La cultura en general abarca un sistema de significados compartidos por una gran parte de los miembros de una organización que los distinguen de otras. (p.69)

Para Ouchi, W. (1981), “la cultura organizacional consta de una serie de símbolos, ceremonias y mitos que comunican al personal de la empresa los valores y las creencias más arraigadas dentro de la organización. Estos rituales concretan lo que serían ideas vagas y abstractas, haciendo que cobren vida y significado”. (p.4). Sin duda su concepto cae un poco en lo esotérico y le da algo de misterio al asunto, sin embargo, no deja de lado la importancia de esta cultura al interior de toda empresa.

La cultura organizacional, es un programa mental colectivo que distingue a los miembros de un grupo o categoría de otro. Es compartida por personas cuya vivencia está dentro del mismo ambiente social donde fue aprendida. (Hofstede, G,1991, p.4). Sin alejarse mucho de este concepto, Mirón et ál., (2004), define el concepto de cultura organizacional como “conjunto de creencias y valores compartidos por los miembros de una misma organización el cual influye en sus comportamientos”.

Resulta evidente que el trasfondo de cada concepto no varía drásticamente entre un autor y otro, por el contrario, se complementan de manera que se tiene en cuenta desde la parte mental de los trabajadores, hasta sus valores y creencias, mismos que pueden llegar a compartir y que resultan influyentes entre éstos al momento de relacionarse y comportarse en sus espacios laborales.

Por otro lado, encuentro el modelo Dinámicas de la Cultura Organizacional de Mary Jo Hatch, pertinente para la realización del Manual de Cultura Organizacional que deseo llevar a cabo puesto que es el que más se aproxima a mi propósito de acercar el colaborador a FINSTRUVIAL a través de la recordación de valores, el uso de símbolos y la interpretación de los mismos, debido a su planteamiento de cuatro procesos culturales dinámicos. (Vásquez – Rivera, 2016).

Modelo de las Dinámicas de la Cultura Organizacional

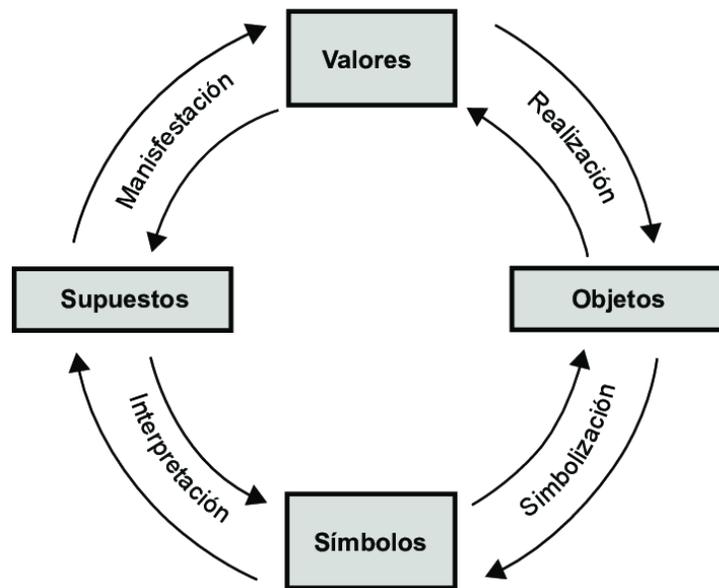


Figura 1. Modelo de las dinámicas de la cultura organizacional. Fuente: Adaptado de Hatch, Mary J.

The Dynamics of Organizational Culture. In: The Academy of Management Review. 1993, vol. 18, no. 4, p. 660.

Este modelo permite abordar el concepto de cultura organizacional desde una óptica interpretativa-simbólica, tomando los niveles del Modelo de Schein (1988), Hatch se apropia de los artefactos, valores y supuestos para adaptarlos a cuatro procesos culturales: manifestación, realización, simbolización e interpretación.

En el capítulo 2 del libro “Comunicación y cultura organizacional en empresas chinas y japonesas”, Rosalinda Gámez Gastelum, describe los procesos culturales de Hatch de la siguiente manera:

La manifestación como los supuestos culturales se revelan en las percepciones, los conocimientos y las emociones de los miembros de la organización. [...]. La realización como las percepciones, los conocimientos y las emociones se transforman en artefactos tangibles. [...]. Los artefactos pueden incluir ritos, rituales, mitos y relatos. [...]. El simbolismo como los artefactos concretos adquiere un significado simbólico. [...] y la interpretación como el significado de los procesos del simbolismo está determinado por las personas que están dentro y fuera de la organización.

Por lo que se puede concluir la cultura organizacional como un concepto subjetivo sujeto a los valores arraigados en los colaboradores de la empresa que convergen al momento de vincularse a la misma y permite el desarrollo de actitudes y *rituales* al interior de la empresa en conjunto con los compañeros, cuando de interactuar se trata.

6.2 Comunicación interna

Entablar conversaciones con los colaboradores ya no está en un segundo plano en lo que a comunicaciones se refiere al interior de una empresa, la comunicación interna es una función clave que inspira y ayuda a alinear la organización.

Para el ciclo de comunicación, Fundamentación de Comunicación Organizacional de la Universidad de La Sabana, el papel de la comunicación interna es crucial puesto que “[la] implementación de valores empresariales y de cultura es fundamentalmente comunicativo”

No obstante, esta se hace eficaz si se controla de manera asertiva, desde los elementos básicos de la comunicación, planteados por Shannon y Weaver (1948), donde el **emisor** es encargado de emitir el mensaje de una manera adecuada con la información necesaria. Seguido del **mensaje**, que es el contenido a comunicar, evitando que sea confuso para quien lo reciba. En tercer lugar, está el **código**, que se encarga de que la información se dé por medio oral, escrito, gestos o símbolos, por lo que se debe dar dicho contenido de una manera clara y fácil de comprender para su aceptación. Por otro lado, tenemos el **canal**, es el medio por donde se da la información que se emitió hasta el receptor. En el cuarto lugar se encuentra el **receptor**, es quien acoge la información y cifra la respuesta. Finalmente, la **retroalimentación** es la respuesta del receptor al emisor, donde se refleja la efectividad del mensaje y da como resultado la interpretación adecuada o ineficaz de lo que el emisor en su momento quiso transmitir. (Rodrigo M, p. 2-3)

Para efectos prácticos, soy quien **emite** este Manual, en donde el contenido a comunicar (**mensaje**) sería la información referente a la empresa de manera clara y directa. Como **código**, se usará el medio oral de manera que la información sobre la finalidad de dicho Manual sea comprensible, por otro lado, el correo electrónico funcionará como **canal** para la recepción de este elemento por parte de los colaboradores, quienes serán los **receptores** finales.

Los elementos de comunicación anteriormente planteados, se reflejarán en este Manual como respuesta a las necesidades evidenciadas en los colaboradores FINSTRUVIAL para lograr un ambiente de trabajo favorable en donde éstos se apropien y desempeñen su trabajo óptimamente.

Empero los valores juegan un papel importante al momento de comunicarnos, puesto que son los que influyen en nuestra forma de hacerlo.

Podría decirse entonces que los valores básicos son el cimiento de la educación de las personas y que a partir de ellos generamos conductas y actitudes al momento de relacionarnos con nuestro entorno, están arraigados dentro de nuestra conciencia e influyen en nuestras percepciones, son muchos y variados. Ramirez F, Sánchez M, Quintero H (2005), afirman:

La puesta en acción de los valores es una responsabilidad del alta directiva la cual necesita implantar un liderazgo transformador por valores que eleve los niveles de conciencia de todos los miembros de la organización para hacer extensivo el valor compromiso en cada uno de ellos hacia el logro de los objetivos corporativos y posteriormente de todos los miembros una vez estén alineados sus objetivos personales con los de la organización. (p. 52)

Si son debidamente orientados, los valores juegan un papel a favor dentro de lo que a cultura organizacional se refiere y depende del comunicador alinearlos de manera que los valores intrínsecos de cada colaborador FINSTRUVIAL, se conecten e influyan de manera positiva para la empresa.

6.3 Comunicación organizacional

Ahora bien, la comunicación organizacional converge en dos conceptos reunidos, por un lado, está la comunicación que la podemos describir como un proceso social inherente en el ser humano, *poner en común* alguna idea, pensamiento, concepto con quienes nos rodean.

La organización entonces es un conjunto de personas agrupadas con un fin, según éste puede ser formal e informal.

La inicial cercanía de la comunicación organizacional, al mundo de la gestión empresarial (administración) desarrollándose como necesidad patronal de emplear la comunicación como medio para el mejor funcionamiento de los de abajo dentro de las instituciones, por tanto, con una visión instrumental al servicio de la eficiencia productiva deseada y necesitada. (Saladriagas M, 2005, p. 5)

Si bien la comunicación organizacional es, por no decir imprescindible, importante al interior de una empresa y para el funcionamiento de ésta, pienso que es significativo resaltar el Modelo de Comunicación de Noskin, *Modernidad en la Comunicación* en donde la información juega un papel riguroso e importante para el desempeño organizacional.

Rigoberto Soria (2008), doctor en estudios organizacionales de la Universidad Autónoma Metropolitana de México en su ponencia “Comunicación Organizacional: Un modelo aplicable a la microempresa” destaca a los sistemas comunicativos como lo fundamental para cualquier tipo de empresa. Soria plantea un estándar conceptual y termina con la comunicación productiva de Abraham Nosnik.

A partir de la idea de que el colaborador y la empresa necesitan estar en constante y permanente comunicación, para que de manera organizada se haga frente a las limitaciones que pueda presentar la empresa.

Soria plantea el Modelo de Comunicación Productiva como un concepto aplicable positivo e ideal para las empresas debido a que su premisa es la base de las buenas relaciones interpersonales que deben estar presentes en los colaboradores al interior de la misma.

Soria expone la Comunicación Productiva de la siguiente manera:

Abraham Nosnik sugiere un modelo de comunicación organizacional que comprende varios niveles y culmina con lo que él llama comunicación productiva (Nosnik, 2000, 2003). Su punto de partida es el señalamiento acerca de que la información que fluye en la empresa es poder, “la información es poder” se ha traducido en más de una ocasión en la frase que justifica el centralizar la toma de decisiones y manejar de forma autoritaria la difusión de la información por parte del líder. [...] La comunicación

productiva podrá mostrarse como modernidad en el uso de la información en la empresa, si muestra ser funcional con la apertura económica que las organizaciones enfrentan hoy día, la comunicación productiva como fuerza evolutiva en las empresas, adopta 2 formas principales: como procesos de mejora continua y como procesos generales de comunicación (Nosnik, 2000, 2003).

Modelo de Comunicación Productiva



Figura 2. Modelo de Comunicación Productiva, Abraham Nosnik.

Este modelo evidencia una evolución en cuanto a comunicación organizacional se refiere, tomando elementos de ésta y llevándolos al siguiente nivel en donde la capacidad, habilidad, alcance y hacer se complementan de manera asertiva obteniendo como resultado efectividad y eficiencia convirtiendo la comunicación productiva en la base de las relaciones interpersonales.

Ahora, basada en los conceptos sobre cultura organizacional anteriormente expuestos, y teniendo en cuenta que la Comunicación Productiva es la base de las buenas relaciones interpersonales, resultó siendo una inspiración para dar inicio al diseño del Manual de Cultura Organizacional y enfocarlo de la mejor manera posible. En donde el colaborador FINSTRUVIAL podrá encontrar información relacionada con la empresa que

es necesario conocer, también estarán allí plasmados aspectos tales como la misión, visión, valores, pautas para un buen trato, compendio organizacional, promoción de la cultura. Es decir, este Manual acoge aspectos que definen la empresa y necesariamente deben ser conocidos por todos los miembros del equipo de trabajo.

7. Metodología

Para el desarrollo de esta sistematización de práctica profesional el método es orientado bajo un enfoque mixto.

En la Cuarta edición del libro Metodología de la Investigación, el enfoque mixto es definido como un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento del problema.

Asimismo, el enfoque mixto puede utilizar los dos enfoques para responder distintas preguntas de investigación de un planteamiento del problema. (p. 755)

Para Hernández Sampieri, “la meta de la investigación mixta no es remplazar a la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa, sino utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales”.

Paradigma: Interpretativo hermenéutico.

En este paradigma se evidencian cuestiones descriptivo-interpretativas, valores, ideas prácticas de los grupos culturales. Las cuales, parten de la realidad en donde la observación y la aplicación de técnicas e instrumentos procuran dar respuesta a los objetivos planteados con anterioridad.

Método: Etnografía

Para Carmen Álvarez Álvarez, becaria de investigación predoctoral, la etnografía [...] “no tiene una única finalidad, sino varias, íntimamente relacionadas, entre las que destaco: la descripción de los contextos, la interpretación de los mismos para llegar a su comprensión, la difusión de los hallazgos, y, en último término, la mejora de la realidad educativa. También señalo otra finalidad no siempre considerada: la transformación del investigador.”

Técnicas e instrumentos de recolección de información:

- Técnica de la entrevista semi estructurada
- Encuesta
- La observación participativa

Por medio de los cuales se conocerá la relación de los empleados con los medios de comunicación corporativos, los comportamientos respecto a ciertas situaciones en la empresa y la relación con los compañeros para luego ser reforzados por medio del Manual.

8. Análisis crítico de la experiencia

Las prácticas profesionales en la Fundación para la Instrucción en Tránsito, Transporte y Seguridad Vial, FINSTRUVIAL fueron el abre bocas de lo que será mi futuro como profesional en Comunicación Social – Periodismo. Fue mi primer acercamiento a la vida laboral en donde se vio reflejado el conocimiento adquirido en la academia y la construcción de saberes a través de mi paso por ésta. Exploté mis destrezas y habilidades, que aún, hoy día me siguen impulsando y constituyen lo que soy, una profesional con óptimas habilidades en el campo de la comunicación organizacional, con sentido de compromiso por lo que hago y responsable profesional gracias a las enseñanzas impartidas por los docentes del programa de Comunicación Social – Periodismo de la Corporación Minuto de Dios de la Vicerrectoría Regional Orinoquía.

A pesar de ello, el reto de enfrentarme a un campo laboral resaltó todas y cada una de las oportunidades de mejora que evidencí en mi al momento de intentar ejecutar mis ideas. Al inicio de estos seis meses las expectativas eran altas tanto de mi parte como para FINSTRUVIAL, debido a que nunca habían tenido practicantes en el área de Comunicación Social, supuso un reto hacerle entender al Director de Proyectos (mi jefe) la importancia de mantener felices a los colaboradores de la empresa, escucharlos y estar atentos a ellos era solo uno de los primeros pasos para darle un orden en cuando a comunicación organizacional se refiere.

El evidente obstáculo entre la comunicación y prácticas para la resolución de conflictos lo asumí como un reto en el que podría explotar un campo importante de mi carrera como es la comunicación organizacional, que contrario a lo que muchos piensan no solo es importante en grandes empresas. Debido a que es una herramienta estratégica tanto para transmitir los objetivos de la empresa como para motivar a los colaboradores darle la importancia que requiere, posibilita mejorar la cultura y la productividad laboral.

Al sistematizar descubrí que este ejercicio conlleva un proceso continuo en el que, por un lado, se produce un conocimiento crítico y que además me permitió observar defectos o puntos a mejorar a partir de la experiencia vivida durante mi proceso de práctica profesional.

Dentro de las actividades a realizar en mi campo de práctica se destacaron tres: transmisión de la información institucional específica de la empresa al cliente interno, fomentar valores culturales de la organización y, motivar y conocer la opinión de los empleados. Las cuales, dentro de este ejercicio práctico, intenté reflejar dentro de lo que es hoy día el Manual de Cultura Organizacional de la Fundación para la Instrucción en Tránsito, Transporte y Seguridad Vial.

Este conjunto de actividades propuestas por el campo de práctica, tiene como fin producir determinados resultados en donde las cualidades propias de un profesional se destaquen y sean explotadas a medida que el nivel de rigurosidad de las mismas lo requieran. He de destacar que este proceso de aprendizaje se produjo de manera mutua, donde el intercambio continuo de conocimientos fue pieza clave entre la empresa y yo, de esta manera logré confrontar lo aprendido en clase con mis habilidades y destrezas al momento de ponerlas en práctica haciendo de este proceso algo enriquecedor que me permitió conocer mis fortalezas y estar al tanto de mis oportunidades de mejora.

Por otro lado, en el constructo de la malla curricular como tal de la carrera pienso que es importante redireccionar los enfoques, en específico a las materias que comprenden temas de comunicación organizacional y relaciones públicas puesto que en cuestiones de tiempo no estuvieron distribuidos de manera equitativa, lo cual dificultó que se pudiera abarcar más y profundizar. Al ser una titulación doble dificulta un enfoque equitativo tanto para la Comunicación Social como para el área de Periodismo, obligando así a que la balanza inevitablemente se incline más de un lado para nosotros como estudiantes.

A pesar de tener la intención de fortalecer mis gustos y afinidades hacia lo organizacional, los últimos dos semestres se quedaron cortos para ahondar en los temas anteriormente mencionados por lo que sería conveniente que se abrieran espacios desde los primeros semestres que posibiliten explotar más estas materias.

Desempeñar mi práctica en la Fundación para la Instrucción en Tránsito, Transporte y Seguridad Vial, FINSTRUVIAL, resultó siendo una gran ventaja pues tuve la libertad de desempeñarme en el campo de mi gusto, desarrollar actividades que estaban a mi favor, pero sin dejar de sentir esa responsabilidad de asumir retos y sacarlos adelante, finalizando

mi proceso de manera satisfactoria con la finalidad de dejar las puertas abiertas y tanto mi nombre como el de la UNIMINUTO, Vicerrectoría Regional Orinoquía, en alto.

A modo de agradecimiento expreso el apoyo por parte de FINSTRUVIAL, en donde siempre estuvieron prestos a resolver dudas e inquietudes, confiándome labores tales como la revisión, corrección, compaginación y diseño de su libro Actualización Normativa, idea creativa para el rediseño de su logo, cambio en su papelería corporativa, propuesta para el mejoramiento del manual de funciones, logrando con lo anterior ser propositiva y convincente frente a cada actividad. Así como influyeron en el ámbito profesional también tuve un crecimiento personal, aprendiendo a escuchar, no tomar las críticas como algo personal, trabajar en equipo, entre otras.

No obstante, no fue un proceso fácil, ya que intervenir en el cambio directo de formas y modos de comunicar y expresar ideas dentro de esta organización no siempre se recibió de forma positiva, más aún cuando estos cambios representaron darle un orden a la comunicación precaria que existía dentro del equipo de trabajo de FINSTRUVIAL. Como todo proceso tuvo altos y bajos llenos de emociones y frustraciones sin embargo como profesional siempre es importante adquirir aprendizaje y experiencia en cada proceso manifestando una ética impecable en donde la excelencia y la calidad sean quienes hablen por mi trabajo y desempeño.

9. Producto

Desde el día uno de mis prácticas he pensado en el aporte que, como profesional en Comunicación Social, quiero dejarle a la Fundación FINSTRUVIAL y después de las propuestas y borradores presentados a lo largo de mi proceso de práctica presento el Manual de Cultura Organizacional pensado por y para los colaboradores FINSTRUVIAL que lleguen en un futuro.



Ilustración 1. Tapa del Manual de Cultura Organizacional – Tabla de Contenido



PRESENTACIÓN

EL PRESENTE MANUAL ESTÁ DIRIGIDO A TI, QUE HAS DECIDIDO SER PARTE NUESTRO EQUIPO DE TRABAJO, AQUÍ ENCONTRARÁS INFORMACIÓN ESPECÍFICA QUE TE PERMITIRÁ DESENVOLVERTE ÓPTIMAMENTE EN TU ENTORNO LABORAL PUESTO QUE TIENE EL PROPÓSITO DE SER UNA HERRAMIENTA DE TRABAJO.

CUENTA CON 7 SECCIONES QUE TE DAN A CONOCER NUESTRA IDENTIDAD CORPORATIVA.

¿QUIÉNES SOMOS?



SOMOS LA FUNDACIÓN PARA LA INSTRUCCIÓN EN TRÁNSITO, TRANSPORTE Y SEGURIDAD VIAL, FINSTRUVIAL QUE VIENE FUNCIONANDO DESDE HACE VEINTE AÑOS, OFRECIENDO PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN PARA LOS DIFERENTES ACTORES VIALES, ESTUDIOS DE CONSULTORÍA DE LA REGIÓN, EXTENDIÉNDOSE AL TERRITORIO NACIONAL, TENIENDO COMO BASE FUNDAMENTAL EL SERVICIO EN PREVENCIÓN, MOVILIDAD Y SEGURIDAD VIAL.



Ilustración 2. Intención del Manual - Descripción de la Fundación



Ilustración 3. Motivación - Misión Finstruvial



Ilustración 4. Visión Finstruvial - Motivación



¿CÓMO ACTUAMOS?

- ✓ PROPORCIONANDO UNA SÓLIDA FORMACIÓN ÉTICA Y MORAL Y FOMENTAR LA PRÁCTICA DE RESPETO A LOS DERECHOS HUMANOS Y LAS SANAS COSTUMBRES.
- ✓ FOMENTANDO PRÁCTICAS PARA EL APRENDIZAJE DE LOS PRINCIPIOS Y VALORES DE LA PARTICIPACIÓN Y ORGANIZACIÓN CIUDADANA, CULTURA VIAL, ESTIMULAR AUTONOMÍA Y RESPONSABILIDAD.
- ✓ FORMANDO UNA CONCIENCIA EDUCATIVA PARA EL ESFUERZO Y EL TRABAJO.

FINSTRUVIAL



PRINCIPIOS INSTITUCIONALES

PARA EL DESARROLLO DEL OBJETO SOCIAL Y DE SUS ACTIVIDADES LA FUNDACIÓN APLICA LOS PRINCIPIOS, VALORES BÁSICOS Y UNIVERSALES DE LAS ENTIDADES SIN ÁNIMO DE LUCRO.



UNIVERSALIDAD INTEGRIDAD EQUIDAD IDONEIDAD

RESPONSABILIDAD PERTINENCIA EFICACIA

Ilustración 5. ¿Cómo actúa Finstruvial? - Principios Institucionales



"CUANDO ESTÁS RODEADO DE PERSONAS QUE COMPARTEN UN COMPROMISO APASIONADO EN TORNO A UN PROPÓSITO COMÚN, TODO ES POSIBLE"

- HOWARD SCHULTZ

COMPENDIO ORGANIZACIONAL



▶ PACTAR UN CONTRATO QUE SEA FAVORABLE PARA AMBAS PARTES, PROCURANDO LOS INTERESES DE CADA UNO, DE TAL MANERA QUE TANTO EL CLIENTE COMO LA EMPRESA SE SIENTAN SATISFECHOS, DONDE EL PRIMERO DEPOSITEN SU TOTAL CONFIANZA EN LOS SEGUNDOS.

▶ BRINDAR EL MEJOR SERVICIO CONSERVANDO LOS ESTÁNDARES DE CALIDAD CON LOS CUALES LABORA LA EMPRESA PARA CUMPLIR LAS EXIGENCIAS DEL CLIENTE.

▶ SELECCIONAR PERSONAL CALIFICADO, QUE EXPLOTE SUS APTITUDES EN EL ÁRTE QUE LABORA.

▶ PROMOVER CONDICIONES LABORALES FAVORABLES PARA LA CALIDAD DE VIDA, EL DESARROLLO HUMANO Y PROFESIONAL DE TODOS NUESTROS COLABORADORES FINSTRUVIAL.

▶ PARTICIPAR EN CONJUNTO, MEDIANTE ALIANZAS CON OTRAS EMPRESAS PARA LA REALIZACIÓN DE OBJETIVOS.

▶ ESTRECHAR LA COLABORACIÓN ENTRE TODOS LOS INTEGRANTES, FOMENTANDO EL TRABAJO EN EQUIPO PARA CUMPLIR MANCOMUNADAMENTE LOS COMPENDIOS AQUÍ ESTABLECIDOS.

▶ FOMENTAR UNA CULTURA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL ENCAMINADA AL ÉXITO DE LA EMPRESA.

▶ RESPETAR Y PRESERVAR EL ENTORNO ECOLÓGICO EN TODOS Y CADA UNO DE NUESTROS PROCESOS DE OPERACIÓN.

▶ PROMOVER UN AMBIENTE LABORAL CON ACCIONES PREVENTIVAS QUE MANTENGAN LOS LUGARES DE TRABAJO SEGUROS Y SALUDABLES PARA QUIENES ALLÍ LABORAN

▶ IMPULSAR UNA CULTURA DE COMPETITIVIDAD RESPONSABLE QUE BUSCA ESTABLECER METAS PARA EL ÉXITO DE LA EMPRESA



Ilustración 6. Equipo - Compendio Organizacional



PROMOCIÓN DE NUESTRA CULTURA



Por medio del hashtag #FINSTRUVIALSoyYo los colaboradores y pertenecientes al equipo de trabajo promoverán las acciones puestas en ejecución a través de sus redes sociales. Destacando a su vez, al personal involucrado y resaltando un sano ambiente de trabajo.



DECÁLOGO DEL BUEN TRATO

FUNDACIÓN FINSTRUIVAL

Una de las prioridades de nuestra cultura FINSTRUIVAL es promover las buenas prácticas laborales en el equipo de trabajo basados en el respeto mutuo.



- 1 **SALUDAS A TU COMPAÑERO DE TRABAJO AL INICIAR LA JORNADA**
- 2 **"POR FAVOR Y GRACIAS" SON LLAVES MÁGICAS QUE ABREN TODAS LAS PUERTAS**
- 3 **COMPARTES, ERES SOLIDARIO Y CORTÉS CON LOS DEMÁS, RESPETANDO LOS ESPACIOS DE TRABAJO**
- 4 **TRATAS CON RESPETO Y EDUCACIÓN**
- 5 **ASUMES CON RESPONSABILIDAD Y COMPROMISO UNA ORDEN**
- 6 **REALIZAS EN PRIVADO UNA CRÍTICA O UNA CORRECCIÓN**
- 7 **ACEPTAS SUGERENCIAS Y RECONOCES LOS ERRORES**
- 8 **RECONOCES UN TRABAJO BIEN REALIZADO ENTREGANDO UNA PALABRA O SONRISA AMABLE**
- 9 **AL HABLAR CON ALGUIEN LO MIRAS A LOS OJOS MOSTRANDO INTERÉS REAL EN LA CONVERSACIÓN**
- 10 **ENTREGAS TIEMPO, ESPACIO, CONFIANZA Y SEGURIDAD CUANDO UN COMPAÑERO TIENE ALGÚN PROBLEMA O DESEA REALIZAR ALGUNA SUGERENCIA**

Ilustración 7. Promoción de la Cultura Finstruival - Decálogo del buen trato



Fundación para la Instrucción en Tránsito, Transporte y Seguridad
Vial, FINSTRUVIAL
Consultor 050 de 2002 Ministerio de Transporte
Resolución 1687 de 2002 Secretaría de Educación del Meta
Resolución 1371 de 2018 Secretaría de Educación del Meta
NR 822.003.173 - 1

(LUGAR Y FECHA)

Por este medio, su colaborador (a) _____ hago constar y reitero haber leído y aceptado las condiciones y términos de los que FINSTRUVIAL dispone en su Manual de Cultura Organizacional. De tal manera confirmo que de no cumplir con lo establecido podrán emplear las acciones que así crean convenientes respecto a mis funciones laborales.

Firma de aceptación

X _____

Puesto:

Nombre y firma Dirección

X _____

"Trabajando por la seguridad vial"

www.finstruvial.org
Email: finstruvial@guao1.com
Contacto: 3133921011 - 6832826
Cta. 19C N° 38-22 Bz Los Caracoles

Desde 1999



**"TRABAJANDO POR LA SEGURIDAD
VIAL"**

Ilustración 8. Formato de recibido - Tapa de atrás del Manual de Cultura Organizacional

10. Conclusiones

Dentro del planteamiento teórico surgieron las siguientes conclusiones: Teniendo en cuenta que la Comunicación Productiva es la base de las buenas relaciones interpersonales, resultó siendo un referente para desarrollar el Manual de Cultura Organizacional, en donde se acogen aspectos que definen la empresa y el comportamiento al interior de ésta.

En segunda instancia, bajo el marco de lo establecido por Shannon y Weaver, se concluye necesario implementar elementos aliados para el colaborador FINSTRUVIAL en el desarrollo de sus actividades, como se efectuó en la renovación de su papelería corporativa, promoción de la cultura FINSTRUVIAL e implementación de la Editorial.

Para finalizar, con el propósito de acercar el colaborador a FINSTRUVIAL a través de la recordación de valores, el uso de símbolos y la interpretación de los mismos, y debido al planteamiento de cuatro procesos culturales dinámicos reflejados en el Modelo de Dinámicas de Cultura Organizacional, se obtuvo la mascota empresarial como símbolo y representación de la empresa.

Al término de esta práctica profesional puedo concluir también que la realización de un diagnóstico siempre será un buen primer paso para identificar en lo que se debe reforzar, en este caso al interior de la empresa, y así mismo escoger las herramientas para ejecutar de la mejor manera posible acciones para dar soluciones. Esta sistematización da cuenta del proceso de mis labores, mismas que me permitieron ejecutar los objetivos planteados para llegar a la obtención de resultados reflejados en el Manual de Cultura Organizacional, en donde la revisión documental fue vital para realizar la identificación y/o existencia de elementos dentro de FINSTRUVIAL que contribuyan al bienestar de los colaboradores, obteniendo como resultados ningún documento de consistente ayuda.

Aquello conllevó a la construcción de una práctica que identificara y destacara en positivo la cultura reflejada en los colaboradores, de esta manera nació #FINSTRUVIALSoyYo, como una idea que rescata el uso de redes sociales en los colaboradores, para la muestra de un saludable ambiente de trabajo.

En este sentido resultó necesario emplear dinámicas por medio de la aplicación de pautas de comportamiento que contribuyan de manera positiva en la naciente cultura

organizacional de la Fundación para la Instrucción en Tránsito, Transporte y Seguridad Vial, FINSTRUVIAL.

A continuación, como segunda conclusión destaco los méritos que no puedo dejar de darle a las lecciones aprendidas en cada clase puesto que en este primer acercamiento laboral pude explotar los conocimientos impartidos por las docentes del área de comunicación organizacional, logrando plasmarlos en cada una de las propuestas planteadas a lo largo de mi intervención laboral.

Por consiguiente, dentro de mi proceso de aprendizaje y en mis funciones como practicante al interactuar en un entorno laboral que fue dinámico, pude entender la complejidad y la importancia que tiene la comunicación organizacional en una empresa, debido a que permite mejorar la interacción entre los diferentes actores que intervienen en los procesos laborales siempre y cuando sus roles estén definidos y sus funciones sean claras.

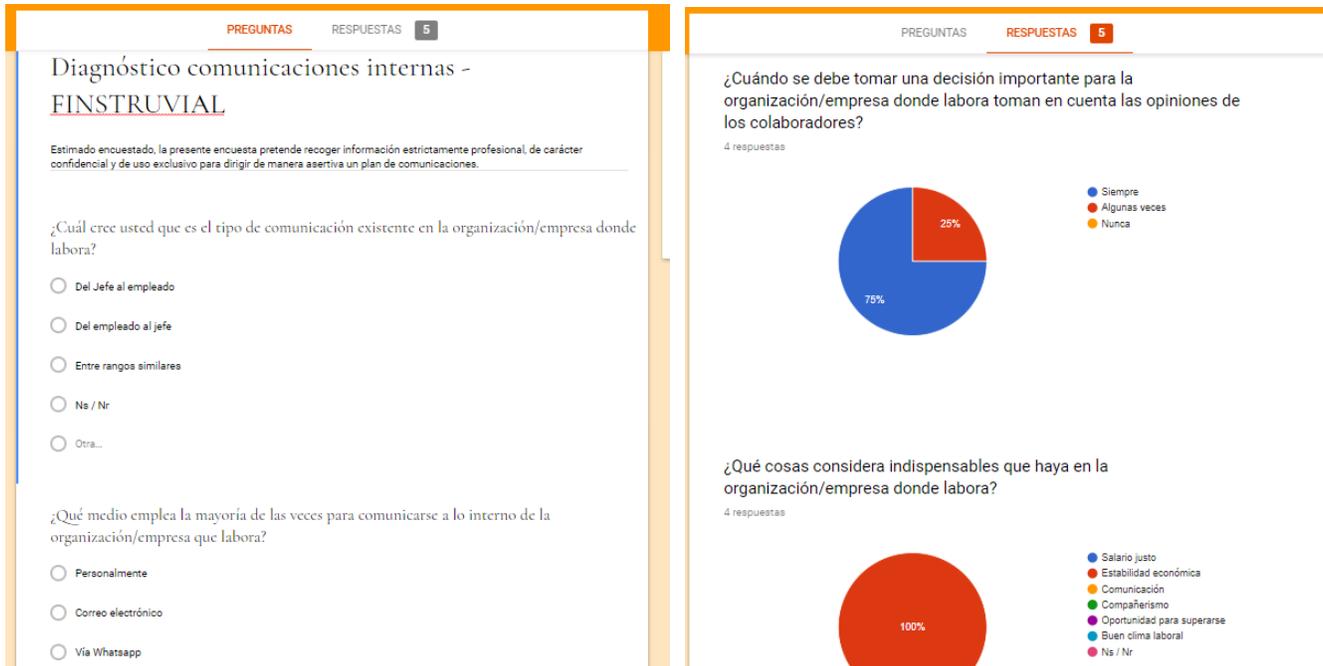
Bajo este marco profesional se puede inferir que las cualidades a destacar varían entre qué tan capacitado se encuentra un estudiante para asumir responsabilidades laborales, la pericia para enfrentarlos y por supuesto el sello que marca la diferencia y hace que nos destaque frente a otros profesionales. Es por ello que considero provechoso el compromiso académico que se me inculcó en la Corporación Universitaria Minuto de Dios, Vicerrectoría Regional Orinoquía, donde el fortalecimiento y mejora del ejercicio de práctica contribuye con el óptimo desarrollo de la misma.

Considero importante recalcar el necesario equilibrio de las materias a lo largo de la carrera logrando así un intercambio más provechoso de saberes, pero sobretodo de gusto para el estudiante que desempeñará sus labores como Comunicador (a) – Social – Periodista en un futuro.

11. Anexos

Diagnóstico

Se realizó mediante una encuesta para identificar la satisfacción de los colaboradores y así poder dar inicio a la propuesta de comunicación interna.



Impr Pant Pc (Villavicencio, 2019)

Propuesta de Comunicación Interna

Inicialmente el enfoque propuesto era darle una reestructuración a los canales de comunicación como la cartelera informativa, abriendo espacios de editorial y donde se pudiese estar informado de las actividades de la empresa como tal.

Con el tiempo el enfoque de la propuesta fue variando.

Propuesta comunicaciones internas



Annie Medina <anniemedinaa@gmail.com>

para Fundacion

mié., 13 feb. 10:33



Buen día.

Por medio de la presente me permito socializar la propuesta de acción para impulsar la comunicación interna de la fundación **FINSTRUVIAL** para su respectiva revisión, modificación y/o aprobación.

Quedo atenta a cualquier inquietud.

Agradezco la atención prestada.



Impr Pant Pc (Villavicencio, 2019)

Propuesta de comunicación interna FINSTRUVIAL

La comunicación organizacional es la base de los procesos administrativos, facilita el intercambio de información, la interacción entre los miembros y la construcción de identidad corporativa.

Teniendo en cuenta lo anteriormente mencionado y después de retroalimentar las necesidades de la Fundación para la Instrucción en Tránsito, Transporte y Seguridad Vial FINSTRUVIAL, se presenta la siguiente propuesta:

Plan de intervención

- Reestructuración de cartelera informativa
- Manual de identidad corporativa

La propuesta de **cartelera informativa** contará con las siguientes secciones:

1. **Editorial/ Saludo del Gerente, jefe:** Será un mensaje, a modo de saludo, que busca generar sentido de pertenencia con la organización y forjar un grado de familiaridad con la cabeza de la organización. Éste contará con una publicación de manera quincenal.

"La comunicación es clave para el desarrollo y crecimiento de toda organización y por eso nuestra empresa ha decidido apostarle a este campo para mejorar cada uno de los procesos que día a día iniciamos como comunidad. Decidimos retomar las carteleras informativas, pero no con el mismo contenido y ubicación de las anteriores, ¡ahora este será un medio de comunicación activo a través de! cual podremos comunicarnos y compartir lo más importante de nuestra gran familia!"

2. **"Al día con FINSTRUVIAL":** En este espacio se ubicará la información de interés general para el público general, siendo la renovación de esta sección semanalmente.
3. **Mejoremos juntos:** Se recalcará ciertas normas que se deben cumplir dentro de la organización y que buscan generar un sentido de pertenencia. Este espacio se actualizará de manera mensual.
4. **¡Hablemos!** Esta sección busca generar un lazo de comunicación entre compañeros de

Impr Pant Pc (Villavicencio, 2019)

Manual de Cultura Corporativa

El Manual de Cultura Organizacional nació como Manual de Cultura Corporativa sin embargo a pesar de que sus definiciones no varían mucho la balanza terminó por inclinarse hacia el producto final anteriormente presentado, pues el con el término organizacional me es más familiar.

Manual de Cultura Corporativa



Ana S. Medina <anniemedinaa@gmail.com>
para Fundacion

mar., 5 mar. 11:59



Más

Buen día.

Atendiendo las inquietudes expresadas en el mes de febrero en las que se destacó la falta de sentido de pertenencia por parte del equipo de trabajo y respondiendo a la propuesta realizada, me permito socializar un manual corporativo visualmente dinámico, que responde a las necesidades requeridas y permite un acercamiento con la empresa por parte del equipo de trabajo debido a que este manual va dirigido hacia ellos.

"EL PRESENTE MANUAL ESTÁ DIRIGIDO A TI, QUE HAS DECIDIDO SER PARTE NUESTRO EQUIPO DE TRABAJO, AQUÍ ENCONTRARÁS INFORMACIÓN ESPECÍFICA QUE TE PERMITIRÁ DESENVOLVERTE ÓPTIMAMENTE EN TU ENTORNO LABORAL PUESTO QUE ESTE MANUAL CUENTA CON EL PROPÓSITO DE SER UNA HERRAMIENTA DE TRABAJO."

Quedo atenta a cualquier inquietud/corrección, gracias por su atención



Ana S. Medina <anniemedinaa@gmail.com>
para Fundacion

mar., 5 mar. 12:05



ADJUNTO ARCHIVO



Impr Pant Pc (Villavicencio, 2019)

Realización de plantillas para papelería corporativa

Estas plantillas se crean con la necesidad de estandarizar el tipo de letra, tamaño, ubicación de logo e información de la empresa.

Nombre	Fecha de modifica...
 Editorial corrección	14/03/2019 8:39 a. ...
 Plantilla Comunicado interno	13/03/2019 2:45 p....
 Plantilla manual de funciones	15/04/2019 9:28 a. ...
 Plantilla papeleria corporativa	27/03/2019 9:24 a. ...

Impr Pant Pc (Villavicencio, 2019)

Aportes al campo de práctica

Participé del proceso creativo del nuevo logo, propuse la mascota empresarial que aparece de forma recurrente en el Manual, intervine en la revisión, corrección, compaginación y diseño de la tercera edición del libro Actualización Normativa y por supuesto ideé y ejecuté el Manual de Cultura Organizacional.



Ilustración 9 Aportes al campo de práctica

Apoyo fotográfico en diferentes capacitaciones

En su marco de acción FINSTRUVIAL capacita y enseña sobre la importancia de la seguridad vial en diferentes escenarios. Uno muy recurrente son los colegios.



Fotografía Ana Sofía Medina. (Villavicencio, 2019) Liceo Mayor de Villavicencio, Jaime Triana. Villavicencio – Meta

Actividades realizadas durante la práctica

Actividad	Fecha de realización
Diagnóstico de la empresa	4 de Feb 2019
Propuesta de herramienta para el reconocimiento de sentido de pertenencia hacia la empresa	12 de Feb 2019
Reestructuración de organigrama	18 de Feb 2019
Propuesta de nuevo logo	26 de Feb 2019
Manual de cultura organizacional: Atendiendo las inquietudes expresadas en el mes de febrero en las que se destacó la falta de sentido de pertenencia por parte del equipo de trabajo y respondiendo a la propuesta realizada, me permito socializar un manual corporativo visualmente dinámico	5 de Marzo 2019
Papelería Corporativa	14 de Marzo 2019
Propuesta Manual de Funciones	22 de Marzo 2019
Mascota empresarial	29 de Marzo 2019
Elementos gráficos para la mascota empresarial	2 de Abr 2019
Manual de Funciones: cargos finales	15 de Abr 2019
Labor FINSTRUVIAL: elemento gráfico, línea del tiempo.	23 de Abr 2019
Revisión, corrección: Libro Actualización Normativa	17 de Mayo 2019 al 7 Jun 2019
Compaginación y diseño: Libro Actualización Normativa	11 de Jun 2019 al 11 de Jul 2019

12. Referencias

Moreno, Arbeláez, Calderón. Implementación de herramientas de comunicación interna como generadoras de cambios en las pymes. Razón & Palabra, 88. P3. Recuperado de: http://www.razonypalabra.org.mx/N/N88/Varia/08_MorenoArbelaezCalderon_V88.pdf

Informe de Gestión, mesa sectorial. Fundación para la Instrucción en Tránsito, Transporte y Seguridad Vial, FINSTRUVIAL.

Gómez-Díaz. (2013). La Cultura Organizacional, p. 38.

Francke, M y Morgan, ML. (1995) Escuela para el desarrollo. La sistematización: apuesta por la generación de conocimientos a partir de las experiencias de promoción, p. 5.

ACIMED. 2009. Clima y cultura organizacional: dos componentes esenciales en la productividad laboral.; 20(4): 67-75.

Revista Diversitas - perspectivas en psicología - vol. 8, no 2, 2012

Entramado. Vol. 12 N°, Vásquez – Rivera, (2016). La cultura organizacional desde sus paradigmas de estudio.

Modelo de las dinámicas de la cultura organizacional. Adaptado de Hatch, Mary J. The Dynamics of Organizational Culture. In: The Academy of Management Review. 1993, vol. 18, no. 4, p. 660.)

Gámez, Rosalinda. Comunicación y cultura organizacional en empresas chinas. Recuperado de: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007a/221/2m.htm>

Miquel Rodrigo. Modelos de la comunicación, p. 2-3.

Universidad de La Sabana, sf. Recuperado de: <https://es.slideshare.net/kotari/comunicacin-interna-13089022>

Fanny Ramírez, Margarita Sánchez y Hugo Quintero. (2005). El papel de los valores en la identidad corporativa /Rev Negotium 1 (1) 35-54.

Saladrigas Medina, Hilda (2005). Comunicación organizacional: Matrices teóricas y enfoques comunicativos. Revista Latina de Comunicación Social, 60. La Laguna (Tenerife). Recuperado de: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200540saladrigas.htm>

Metodología de la investigación, cuarta edición, Dr. Roberto Hernandez Sampieri, Dr. Carlos Fernandez Collado, Dra. Pilar Baptista Lucio. Recuperado de: <http://cort.as/-HVBp>

Hernández Sampieri, sf. Recuperado de:
<https://www.coursehero.com/file/7658632/METODOS-MIXTOS-SAMPIERI/>

Álvarez Carmen, Recuperado de:
https://www.ugr.es/~pwlac/G24_10Carmen_Alvarez_Alvarez.html

Martinez G, Laura, (2013). Paradigmas de investigación. Manual multimedia para el desarrollo de trabajos de investigación.