

LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL INTERNA Y SU INCIDENCIA EN EL
BIENESTAR DE LOS COLABORADORES DE LA EMPRESA
ENCUMBRA MICROFINANZAS.

MARÍA CAMILA GIRALDO TAMAYO.
ID. 000455015

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y SOCIALES
COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO
MEDELLÍN - BELLO

2019

SISTEMATIZACIÓN DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL EN LA EMPRESA
ENCUMBRA MICROFINANZAS CON ÉNFASIS EN LA COMUNICACIÓN

ORGANIZACIONAL INTERNA Y SU INCIDENCIA EN EL BIENESTAR DE LOS
COLABORADORES DE LA EMPRESA ENCUMBRA MICROFINANZAS.

FEBRERO - JULIO 2019

MARIA CAMILA GIRALDO TAMAYO
ESTUDIANTE

Presentado como opción de trabajo de grado para aspirar a título de comunicador social –
periodista de UNIMINUTO

TUTOR PROFESIONAL:
MARLON ECHAVARRIA RODRIGUEZ

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y SOCIALES
PROGRAMA COMUNICACIÓN SOCIAL - PERIODISMO
BELLO, 2019

Resumen

El presente proyecto se presenta como trabajo de grado, teniendo en cuenta el capítulo XVI, del reglamento estudiantil de la universidad Minuto de Dios, “Titulación y grado”, en el artículo 85, “Opciones de grado”, en el cual una de las modalidades es la “sistematización y

aprendizaje de práctica profesional cuando esté contemplada en el respectivo programa” (UNIMINUTO. 2014, p. 80)

Por lo tanto, esta tesis desarrolla una sistematización sobre la experiencia profesional de la estudiante María Camila Giraldo Tamayo, en la empresa Encumbra Microfinanzas, en el departamento de Gestión del Desarrollo Humano GDH, donde desempeñó el rol de comunicadora social organizacional y bienestar corporativo en la ciudad de Medellín, desde el mes de febrero hasta Julio del 2019, haciendo un excelente trabajo, donde se permite la vinculación inmediata.

El principal objetivo del trabajo es analizar las causas que generan la distorsión comunicativa desde el área de bienestar en la empresa Encumbra Microfinanzas, permitiendo combinar dos áreas importantes vinculando todo el tema del bienestar corporativo con las políticas propias de la organización y una comunicación asertiva haciendo posible evitar la distorsión que se venía presentando en la recepción de los distintos mensajes.

De esta manera se seguirá la idea que propone La licenciada Dámari Expósito Unday y el Doctor Jesús Alberto González Valero (2017) en la revista Gaceta Médica Espirituana donde exponen que “La sistematización de experiencias es una interpretación crítica de una o varias experiencias que, a partir de su ordenamiento y reconstrucción, descubre la lógica del proceso, los factores que han intervenido en él, cómo se han relacionado entre sí y por qué lo han hecho de ese modo” Por esta razón, se plantean dos preguntas, ¿Cómo es la comunicación interna en la empresa Encumbra Microfinanzas? y ¿por qué la comunicación en esta empresa no está fluyendo de la forma adecuada? las cuales nos permitirán realizar un análisis crítico enfocándose en dos ejes, el profesional y el personal, brindando la posibilidad de poner en práctica lo aprendido a lo largo de la carrera estudiantil.

Los resultados esperados son: descubrir las causas que generan la distorsión comunicativa y cómo esto afecta todas las áreas creando un malestar; demostrar la oportuna creación del área de comunicaciones y bienestar para enfocar toda la comunidad interna en los objetivos

cruciales de la organización; incentivar a la compañía a realizar procesos de educación y comunicación en las diferentes áreas de la empresa, creando un vínculo de bienestar y pertenencia en la organización.

En conclusión, esta sistematización queda para toda la comunidad académica, donde se pondrán contextualizar y vincularse con una experiencia real en comunicación organización y como en la práctica se combina lo aprendido en las materias, con la intención de realizar todo correctamente.

Palabras claves:

Distorsión Comunicativa, Comunicación Empresarial, Bienestar Corporativo.

Contenido:

Resumen	2	Palabras claves:	4	Conteni
investigación:	9	Justificación:	9	Propósi
Marco Referencial	12	Antecedentes:	13	Histór
Investigativos:			15	
Legales:			16	
Marco teórico:	15	Marco conceptual:	16	Distors

Comunicación empresarial:	19
Bienestar:	19
Marco praxeológico, legal y normativo	18
Diseño metodológico:	18
Tipo de	18

Temática general de investigación:

Comunicación Organizacional.

Título:

La comunicación organizacional interna y su incidencia en el bienestar de los colaboradores de la empresa Encumbra Microfinanzas.

Subtítulo explicativo: Caso de estudio

Al combinar la comunicación organizacional con el bienestar del colaborador se está haciendo una convergencia en la solución de problemas que se viven en todas las compañías, como el ruido en los mensajes, el estrés laboral, la competencia entre jefes y colaboradores y demás problemas que se viven en las distintas empresas.

En el caso del proyecto investigativo en la empresa Encumbra Microfinanzas, se le apuesta a analizar el ruido comunicacional y como desde el área de Comunicaciones y de Bienestar se le puede dar solución al tema de clima y estrés laboral; además de darle una solución al ruido comunicacional existente en esta organización.

Introducción:

A nivel mundial las empresas le están dando verdaderamente importancia a la comunicación organizacional tanto interna como externa, ya que están observando que al tener un flujo de información constante con sus colaboradores y externos reciben una cantidad considerable de beneficios a corto, mediano y largo plazo como son el clima laboral y el bienestar de los colaboradores creando con ello un sentido de pertenencia con la compañía.

En la empresa Encumbra Microfinanzas, el área de Bienestar, al que pertenece la comunicación, es relativamente nueva; sin embargo, se han observado cambios considerables en el clima organizacional, en el flujo correcto de información, en la claridad de temas y en el poder contrarrestar renuncias por situaciones que se pueden solucionar con una buena comunicación.

La comunicación organizacional y el bienestar son de gran importancia dentro de las empresas. Al no existir estrategias de comunicación y de fidelización de los colaboradores han surgido una serie de problemas dentro de la organización afectando el desempeño en todos los procesos y áreas de la empresa. En Encumbra, se tienen analizados los riesgos que existen al no tener una buena comunicación, por eso, en el momento se realizan actividades

desde el área de comunicación para aportar al desarrollo de toda la compañía haciendo énfasis en la correcta divulgación de información y como el hablar y el dialogar a tiempo puede llegar a evitar muchos inconvenientes organizacionales.

La presente investigación busca identificar cómo la correcta comunicación organizacional tiene incidencia en el desempeño de los colaboradores y en la percepción del bienestar organizacional dentro de la empresa Encumbra Microfinanzas, así mismo, se pretende corregir las fallas que se presentan dentro del proceso de comunicación.

En las empresas modernas existe la necesidad de crear y comunicar piezas, procesos, actividades y planes de acción donde se difundan las metas, objetivos, planes a corto, mediano y largo plazo para que todos los colaboradores tengan claridad en lo que quiere y necesita la empresa. La falta de una buena comunicación o un buen canal de distribución de información afectan toda la productividad empresarial, volviendo los procesos y las acciones lentas, generando desinformación, se pierde coherencia en entre los mensajes y los hechos que se buscan lograr desde un área de Bienestar organizacional.

Es importante destacar, en primer lugar, que los planes realizados desde el área de comunicación interna se realizan partiendo de la necesidad de generar un compromiso y una fidelización con los colaboradores de la empresa, implementando la capacidad para que todos los rangos se expresen y accedan a los beneficios corporativos que se crean y difunden desde comunicaciones. En segundo lugar, se hace necesario la construcción de una cultura organizacional enfocada en la comunicación de doble vía, que permita identificar las necesidades internas y externas fortaleciendo las oportunidades de mejora y construyendo un sentido de pertenencia.

Delimitación de la experiencia:

La presente sistematización se genera a partir de la práctica profesional significativa de la estudiante Maria Camila Giraldo Tamayo en formación como comunicadora social - periodista de la Corporación Universitaria Minuto de Dios. Ella realizó su experiencia en la empresa Encumbra Microfinanzas en el periodo del 04 de febrero al 04 de agosto del 2019.

Definición del problema:

En la empresa Encumbra Microfinanzas, existen ruidos comunicacionales que no permiten la correcta difusión y asimilación de los mensajes provocando otros problemas institucionales como el estrés laboral, renuncias que se pueden solucionar con una buena comunicación y la mala relación entre jefes y colaboradores.

Planteamiento descriptivo del problema:

En la empresa Encumbra Microfinanzas existen muchas renuncias por estrés laboral y por mala comunicación entre jefes y colaboradores, al momento de investigar cuales son los factores causantes de este fenómeno, se evidencia que la deficiente comunicación influye directamente en el bienestar de los colaboradores de la compañía.

Se decide implementar un área de comunicaciones perteneciente a bienestar institucional, donde se busca que con una correcta comunicación, convenios y actividades se promueva el bienestar del colaborador y se mejore sustancialmente el clima organizacional.

Delimitación del problema:

La investigación al problema descrito anteriormente se realizará en la empresa Encumbra Microfinanzas, con el apoyo de la organización.

Se analizará la distorsión comunicativa en todos los rangos de la empresa y como este fenómeno afecta el bienestar y al clima laboral en todos los sectores corporativos.

Pregunta de investigación:

¿Cómo la comunicación organizacional interna tiene incidencia en el bienestar de los colaboradores de la empresa Encumbra Microfinanzas?

Justificación:

En la actualidad es fundamental entender que las comunicaciones organizacionales son de vital importancia para el correcto desarrollo de las empresas. Con el pasar del tiempo, los directores y gerentes de las compañías se han dado cuenta de que una buena comunicación permite con mayor facilidad alcanzar los objetivos que se trazan desde la misión, visión y plan de acción de cada empresa en general.

El comunicador organizacional tiene un reto muy grande, el aportar al bienestar del colaborador, pero sin descuidar el correcto desempeño empresarial. Conocer y unificar la cultura corporativa es uno de los mayores retos, ya que al involucrar al colaborador con los propósitos de la empresa, se crea un vínculo difícil de romper. Contar con un equipo motivado desde el bienestar es indispensable; el comunicador se encarga de apoyar y motivar al equipo de trabajo para lograr unos objetivos trazados desde anterioridad en la misión, visión, filosofía y valores corporativos.

El ser humano es el motor principal en cualquier compañía, por eso las empresas hoy en día le apuestan tanto a la comunicación y al bienestar dentro de las organizaciones, ya que al tener satisfecho al colaborador, el cuidará los clientes y proyectos.

Las compañías en la actualidad hacen periódicamente análisis y evaluaciones de desempeño con el fin de diagnosticar las fallas dentro de la organización. En la empresa Encumbra Microfinanzas se realizó una encuesta de clima organizacional donde se arrojaron ciertos resultados que evidenciaron un ruido comunicacional.

Por lo anterior, la empresa Encumbra Microfinanzas decide apostarle al tema de comunicación organizacional para mejorar los ruidos comunicacionales y hacer posible una unificación de metas en toda la compañía para que el colaborador se sienta a gusto trabajando en un lugar que le importa su bienestar y el de su familia.

El interés principal de la presente investigación se enfoca en darle posibles soluciones al problema de distorsión de mensajes y con ello mejorar el clima organizacional. Esto permite plasmar en la práctica todos los conocimientos adquiridos en el transcurso de la vida universitaria, desarrollando instrumentos de recolección de información que permitan conocer y analizar el problema existente y dar posibles soluciones o planes de acción para mejorar la situación.

La factibilidad de la investigación cuenta con las condiciones necesarias para llevarse a cabo y obtener unos resultados adecuados en el lapso de tiempo estipulado por la

universidad y la empresa. Además, se cuenta con el conocimiento para realizar los instrumentos de recolección y análisis de los datos, así como para realizar un plan de acción que brinde una mejora en los ruidos comunicacionales que redunde en el clima organizacional.

Propósitos del proyecto de sistematización de prácticas:

La sistematización de prácticas de este proyecto tiene distintos propósitos que combinan el desarrollo profesional y personal de la estudiante, además de que permite compartir experiencias y vincularse con una compañía enfocada en el bienestar de los colaboradores

- Compartir la experiencia con los demás comunicadores en formación donde podrán leer y vincularse con una experiencia real de comunicación organizacional.
- Demostrar que en cualquier empresa se requiere un comunicador organizacional dispuesto a realizar todas las actividades enfocadas en la comunicación asertiva y el correcto desarrollo del bienestar corporativo.
- Realizar un análisis crítico de cómo una compañía puede mejorar tanto en su interior como en su exterior teniendo un proyecto de comunicación asertiva y un proyecto de bienestar enfocado en el colaborador interno. (El proyecto se nombró GDH contigo)

Línea de investigación:

La línea de investigación utilizada es acción participante (IAP) cuyo objetivo es hacer una investigación inmersa para observar el problema, desarrollo y posibles soluciones para los diferentes fenómenos comunicacionales presentados.

Atendiendo al enfoque del desarrollo humano social integral y sostenible que se constituye como el campo de la investigación de UNIMINUTO, desde la línea se pretende dar prioridad a la temática para orientar la investigación en comunicación organizacional, ya que el proyecto pretende analizar la comunicación organizacional interna y su incidencia en el bienestar de los colaboradores de la empresa Encumbra Microfinanzas.

Objetivos

Objetivo general

- Analizar las causas que generan la distorsión comunicativa desde el área de bienestar en la empresa Encumbra Microfinanzas.

Objetivos específicos

- Describir qué tipos de mensajes existen en la empresa Encumbra Microfinanzas y cómo estos llegan al receptor.
- Diagnosticar los canales de comunicación en la empresa Encumbra Microfinanzas
- Determinar qué tipos de ruidos comunicacionales existen en la empresa.

Marco Referencial

Al estudiar la comunicación organizacional nos enfrentamos a un primer problema, ¿Qué es la comunicación y cómo se relaciona con las buenas prácticas organizacionales? Para algunos autores es fácil la respuesta, la comunicación está presente en todas las áreas de la vida, para otros, es más compleja, la comunicación organizacional es la que permite una interacción correcta con todos los stakeholders¹.

La comunicación organizacional en la actualidad es de vital importancia en las organizaciones, según Alix Belén Rivera (2005) comunicar es el proceso complejo que implica el intercambio de informaciones, datos, ideas, opiniones, experiencias, actitudes y sentimientos entre dos o más personas, esto quiere decir que en cualquier ámbito de la vida personal y profesional se requiere de unas buenas prácticas comunicacionales para el éxito de cualquier proyecto.

En las empresas exitosas actuales, la comunicación es un componente fundamental para su crecimiento. El comunicador en las empresas tiene diferentes tareas que lo hacen parte

¹ Dícese de los individuos que pueden afectar o ser afectados por las actividades de una empresa.

fundamental de las organizaciones, entre ellas el bienestar del colaborador y todo el plan de acción para conseguir esa cultura organizacional que tanto se busca en el medio.

De acuerdo con Pérez (2013) La calidad de la vida laboral de una organización está mediada por el entorno, el ambiente, el aire que se respira en una organización todos los esfuerzos que se realicen en pro del colaborador se van a ver reflejados en el desempeño. Para Quintero y Faria (2008) “la satisfacción en el trabajo es un sentimiento de placer o dolor que difiere de los pensamientos, objetivos e intenciones del comportamiento” siempre que se tenga un buen plan de acción para que el colaborador se sienta identificado con la organización sus comportamientos y sentimientos serían los más adecuados para trabajar.

En Encumbra Microfinanzas, la empresa en la cual se desarrolla el proyecto, se combinaron dos áreas importantes: la comunicación y el bienestar, con el fin de que todas las áreas de la empresa comenzaran a hablar un mismo idioma, todas estuvieran comunicadas y se comenzará a desarrollar el tema de cultura y clima organizacional.

El término felicidad corporativa es una expresión que surge de modo generalizado en las empresas ya que es la suma de felicidades colectivas Nobell (2013) en Encumbra, se está encaminando el propósito plasmado en la visión de la empresa y se cree que combinando las dos áreas (comunicación y bienestar) se pueden lograr los objetivos trazados.

Antecedentes:

Históricos:

La comunicación organizacional, como la conocemos, es relativamente nueva, se puede hablar de los años 80, donde el empleador se comienza a preocupar realmente por la calidad de vida de sus colaboradores, según Ulloa (2015) los autores más representativos en los últimos 20 años en Hispanoamérica son: “Fernández, 1991; Costa, 2015; Kreps, 1995; Van Riel, 1997; Capriotti, 1999; Pizzolante, 2004; Álvarez 2012; Villafañe, 2012” estos autores hablan de una comunicación como un componente fundamental en el desarrollo de toda la productividad empresarial.

En la actualidad, las organizaciones buscan tener una comunicación muy ágil y flexible, esto lo logran con unos facilitadores y líderes transformadores que ayudan día a día, a mejorar las organizaciones. “Las organizaciones del siglo XXI tienen que estar definidas por estructuras ágiles y flexibles. Diseñadas para avanzar a una velocidad diferente de la habitual. Siempre un paso delante de la competencia y del mercado” Vigilante (2019) . Encumbra Microfinanzas busca ser una organización creciente en Colombia, siendo una empresa interesada por el bienestar del colaborador, del cliente externo y de toda su productividad en general.

Una correcta información permite realizar todo un despliegue de información tanto de nuestra empresa, como del mercado, como de nuestra competencia y todos los factores que intervienen en un grupo de stakeholders².

Investigativos:

Hoy en día, los alumnos próximos a terminar su carrera de comunicadores organizacionales y planeadores estratégicos le están apostando al tema de comunicación y de clima laboral como un objeto de estudio importante. De acuerdo con Urdaneta (2009) “el clima organizacional es un tema de gran importancia para las organizaciones con disposición a lograr un continuo mejoramiento del ambiente de trabajo” y esto se hace con el fin de tener al colaborador como un objeto de estudio constante para las mejoras empresariales.

“La comunicación organizacional tiene como propósitos satisfacer las necesidades del hombre promoviendo su capacidad de hacer los trabajos” Catarina (s.f.) Actualmente los investigadores están muy centrados en descubrir cómo la comunicación efectiva es capaz de promover el cambio positivo en la organización, de promover el sentido de pertenencia y hacer que todos los colaboradores busquen el objetivo común que es la visión corporativa.

El comportamiento organizacional se ha convertido en un tema fundamental de estudio, ya que abre la perspectiva completa del mercado tanto interno como externo de cada

² Stakeholders: hace referencia a una persona, organización o empresa que tiene interés en una empresa u organización dada

organización. Se enfoca en cómo mejorar su personal interno para mostrarse al exterior como una empresa socialmente responsable.

Legales:

Cada compañía tiene unas normas por cumplir. En el caso, Encumbra Microfinanzas propone unas reglas para la correcta difusión de la información.

- Siempre en cualquier pieza gráfica debe estar los logos corporativos.
- Las piezas gráficas deben respetar los colores corporativos.
- La comunicación es de forma horizontal, permite retroalimentación.
- Las comunicaciones se deben realizar por medio de correo electrónico, cartas, o cualquier medio que deje evidencias del proceso.
- Después de cada reunión, se debe realizar un acta como constancia.
- La información se debe analizar, para qué áreas va dirigida y como debe ser la forma de comunicar.
- La información que va dirigida a todas las áreas debe ser con un lenguaje claro y entendible.

Son simples normas que permiten que la comunicación fluya de manera correcta a todas las áreas.

Marco teórico:

Hoy, en una alta cantidad, las empresas le están invirtiendo a la comunicación organizacional como un elemento de vital importancia en las organizaciones, ya que se han dado cuenta de que con una efectiva comunicación se crean beneficios corporativos a corto mediano y largo plazo; según Belén (2005, p.34) se debe “orientar la comunicación a todos los niveles para lograr un mejor desempeño y una mayor satisfacción , permitiendo que los individuos comprendan mejor su trabajo, sintiéndose más comprometidos con lo que hacen” esto permite crear una cultura organizacional basada en unas buenas prácticas empresariales, lo que fomenta el sentido de pertenencia y mejora el clima laboral en todos sus sentidos.

En las empresas, se requiere tener una planeación estratégica con el fin de desarrollar una serie de actividades que permitan el correcto proseguir de la organización, sin olvidarnos los dos temas principales, la economía y el bienestar del colaborador. Buscando el segundo ítem (Bienestar del colaborador) las empresas se basan en realizar ferias donde se promueven diferentes actividades que los involucran sentimentalmente con la empresa. Quevedo (2010)

El acto más utilizado por las empresas son las ferias (con el 65% de participación), seguido de las convenciones (55%) y las presentaciones de productos (47%), tres tipologías que requieren una interrelación con sus públicos, y por tanto una adecuada estrategia de comunicación.

Es de vital importancia hablar sobre la comunicación organizacional vista desde los ojos de la Doctora en ciencias de la comunicación Irene Tréllez, “La comunicación organizacional, se enmarcan en dos contextos diferentes: uno a nivel de organización... y otro en el nivel de las relaciones interpersonales” Tréllez (2014) el nivel de organización es el puesto productivo, el cómo convertir una empresa rentable, pero el nivel de las relaciones interpersonales, es como volver el lugar de trabajo, un lugar de bienestar, de información recíproca, de comunicaciones constante, donde todos los colaboradores trabajen en pro de la visión y los valores de la empresa.

La comunicación vista desde lo organizacional intenta y persigue unificar personas completamente distintas para lograr un objetivo común: alcanzar el éxito empresarial. Esto se logra desde la cultura e identidad corporativa, dos términos que se fundamentan en las personas, en la aceptación de valores, comportamientos y creencias de los individuos de cara a la organización. Córdoba 2016) En busca de la unificación de criterios y metas, se deben desarrollar una serie de estrategias, planes de acción, actividades, piezas gráficas y comunicados que apoyen el proyecto con la recordación, con el involucrar sentimientos, con el hacerlos sentir parte importante de la organización.

Marco conceptual:

Para realizar esta investigación es importante definir algunos conceptos, que nos permitan comprender el tema que vamos a analizar.

Distorsión comunicativa:

Para Kertész (1964)

Una comunicación efectiva requiere una emisión del mensaje adecuada a la situación. En este sentido, consideramos: 1) el que: contenido del mensaje, que debe codificarse de acuerdo al receptor, apelando a la identificación proyectiva con el mismo; 2) el cómo, su aspecto formal, determinando su intensidad y extensión, y 3) el cuándo, (timing), su ubicación en el tiempo. El fracaso en la formulación ideal del mensaje en una o varias de sus tres facetas, conduce a diversos grados de discordancia y frustración de la comunicación, evaluables a través de la retroacción.
Pág. 2.

Comunicación empresarial:

Para Cayuela, M. J., & García, Y. (2007). “La comunicación ya no es lineal, de arriba abajo, sino que se fomenta una conversación entre todos los empleados, un modelo más participativo y que permite tener flujos comunicativos descendentes, de arriba abajo, y ascendentes, de abajo arriba”. Pág 39

Para Costa, J., Garrido, F., & PULTMAN, L. (2002). “La visión clásica de la comunicación organizacional, ofrece una perspectiva que permite entrever algunos elementos atomizados a nivel de la conceptualización estratégica, o a veces una definición apegada a las características funcionales y estructurales de la compañía”.
Pág 13

Bienestar:

Para Hernández, G. C., Galvis, S. M. M., & Narváez, K. Y. T. (2003).

Dada la importancia de la cultura en los resultados de la organización, mucho esfuerzo se ha desarrollado para tratar de encontrar la manera de transformar sus valores, adecuar las prácticas cotidianas e influir sobre las percepciones de los trabajadores, a fin de tratar de obtener condiciones culturales que favorezcan el desempeño de las personas. Pág. 116.

Los conceptos de bienestar laboral y cultura organizacional están relacionados, aunque son diferenciados. La segunda hace referencia a la forma como los trabajadores perciben algunas características de la organización: el manejo de los conflictos, la actitud a la innovación o el fomento al trabajo en equipo (a vía de ejemplo); mientras que el bienestar o satisfacción es un concepto evaluativo y trata de responder qué siente el empleado, por ejemplo, frente al manejo del conflicto o las prácticas de supervisión. Pág 118.

Marco praxeológico, legal y normativo

La comunicación organizacional centra todo su trabajo en buscar el bienestar del individuo para tener mejores resultados como organización. Lo praxeológico, busca combinar las ciencias sociales y humanas con las económicas. Efectivamente, la comunicación empresarial busca que el individuo se sienta tan a gusto en una organización que enfoque todo ese ánimo en conseguir mejores resultados. “los clientes no son lo primero, lo primero son tus empleados. Si cuidas de tus empleados, ellos cuidarán de tus clientes” Brandson (s.f.)

De acuerdo con Ángel (2016) “El entorno laboral saludable planteado como incentivo es quizás una de las estrategias que una organización puede implementar con el fin de mejorar las relaciones laborales y así llevar a una mejor atención” cuando se tiene un sitio de trabajo en óptimas condiciones, se permite que todo el entorno laboral se vuelva más viable. Trabajar en un sitio con unas buenas condiciones laborales, de bienestar, de seguridad y salud permite que el empleado se sienta a gusto trabajando en la compañía.

En el decreto 614 de la Constitución Política Colombiana se habla sobre la seguridad y salud en el trabajo y como todo el proceso de bienestar es altamente importante en cualquier compañía, sea pública o privada. El empleador tiene el deber de garantizar al trabajador unas condiciones favorables para el desempeño de todas sus actividades diarias. Betancourt (1984).

Todo el plan de comunicaciones y bienestar debe estar en pro del trabajador, pero también debe estar en pro de la productividad de la empresa. Es tarea del comunicador hacer un ejercicio que equilibre el trabajo y el bienestar.

Diseño metodológico:

Este trabajo se desarrolla a partir del estudio de un caso concreto, aplicado al combinar el área de comunicación y bienestar corporativo, o denominado Unidad de análisis en la empresa Encumbra Microfinanzas, en donde se pretende analizar los diferentes aspectos comunicacionales y de bienestar corporativo.

La temática relaciona la comunicación, el bienestar, la cultura corporativa y el clima laboral desde un método cualitativo para comprender la manera como desde la comunicación y el bienestar se puede transformar todo el clima laboral. Se podrá así observar, analizar, describir y comprender las prácticas empresariales desde las diferentes áreas.

Se pretende evidenciar el problema y que, por su condición de mejoramiento de clima organizacional, beneficie en gran medida la labor del colaborador. De acuerdo con Garrido (2017) “La revisión de las perspectivas estratégicas nos permite reconocer factores o componentes que establecen una concepción general” Desde el clima laboral es importante tener una concepción frecuente de todos los temas que involucran el bienestar del colaborador.

La concepción de los problemas en clima laboral nos permitirá realizar un análisis crítico, que redunde en el diseño de unas estrategias comunicacionales de cómo se deben realizar los procesos en la empresa y cuáles son las posibles soluciones al problema de clima organizacional existente en la compañía.

Tipo de metodología:

Luego de realizar un análisis crítico de los problemas comunicacionales en la empresa Encumbra Microfinanzas, se permite evidenciar como los ruidos comunicacionales afectan el clima laboral en la compañía. Esto nos permite identificar qué tipo de investigación se va a realizar con el caso de estudio: como primer punto, se va a realizar una metodología descriptiva que permite identificar a fondo todo el fenómeno a estudiar. Como segundo paso, se va a realizar una metodología explicativa que analiza el fenómeno y permite dar posibles soluciones a los problemas existentes, tanto comunicacionales como de clima laboral.

Se va a desarrollar una metodología cualitativa, donde se van a utilizar técnicas como la observación, la entrevista, la inmersión total, el estudio de caso y el análisis documental que permitan dar una clara visualización del fenómeno estudiado y se realicen una serie de actividades que permitan el mejoramiento de los problemas comunicacionales y se mejore el clima laboral. A su vez, se va a utilizar la técnica de encuestas, que es de método cuantitativo, lo que permitirá dar un análisis documental de la situación actual en la compañía.

Estrategia metodológica: enfoque, tipo, diseño, alcance, estrategia

El estudio se llevará a cabo en la empresa Encumbra Microfinanzas, con la totalidad de sus colaboradores, 426 en totalidad. Esto se realiza con el fin de recolectar la información suficiente para darle solución al problema comunicacional y de clima laboral existente en la compañía

Esta investigación es un enfoque comunicacional porque es la vía para que las empresas crezcan con una mayor seguridad en el mercado actual. Lo esencial del trabajo es mostrar cómo el bienestar y la comunicación van de la mano para conseguir los objetivos trazados.

Desde la sublínea de investigación Uniminuto, se va a trabajar la comunicación estratégica para la sostenibilidad como el producto de transformación de las compañías actuales. La comunicación y el bienestar en la actualidad son muy importantes para las empresas, en Encumbra Microfinanzas se está trabajando de la mano los dos temas para conseguir los

objetivos trazados que es el convertirse en la empresa de microfinanzas número uno en Colombia.

Las herramientas de recolección que se van a utilizar son observación, la entrevista, la encuesta, el análisis de información y el estudio de caso donde se pueda dar una visibilización al problema existe de comunicación y bienestar en Encumbra Microfinanzas.

Reconstrucción de la experiencia:

La experiencia de práctica profesional es enriquecedora para los estudiantes que encuentran lugares donde les abren las puertas al aprendizaje y al involucrarse directamente con la organización, la cual ve en los próximos profesionales personas que pueden seguir invirtiendo su tiempo y conocimiento en las compañías.

En el momento en el cual se ingresa a la práctica profesional, Se evidencia, un grave problema, la no existencia del área de comunicaciones y de bienestar organizacional, para lo cual, deciden tener un practicante que apoye en las dos áreas.

Encumbra Microfinanzas no posee manuales de estilo, manuales de marca, manuales de una misma línea de publicidad, no existe un manual de como se debe propagar la información asertivamente comprobando que llegue a todas las áreas, por todo esto, se evidencia que hay mucho por trabajar.

Los primeros días de prácticas profesionales se comienza con la creación de manuales y modificación de algunos procesos existentes en la compañía, donde se habla de cómo se debe comunicar la información asertivamente para que llegue a todas las áreas de la compañía, para ello se creó un manual “en cascada de información” donde siempre que se tiene algún tema para comunicar se envía a todos los líderes el manual, contando que se está haciendo, cómo se debe comunicar y cuales son las posibles preguntas que les van a realizar (Se adjunta el manual de cascada, en los anexos). Con la implementación del manual en cascada, se observa una alta mejoraría en la distribución de información abarcando más del 80% de todos los colaboradores de Encumbra.

Con los resultados de la encuesta de clima laboral de octubre del año 2018, se realizó un **plan de acción** basado en el bienestar de los colaboradores, donde se pretende unificar los

criterios de la compañía, con los proyectos personales de los trabajadores, para esto, se realizó todo un análisis para la creación de los proyectos a ejecutar en el transcurso del año 2019.



Giraldo, M. (2019). Ilustración del plan de bienestar Encumbra [Figura]. Propia autoría

Dando respuesta al **plan de acción** planteado anteriormente, se comienzan a realizar eventos corporativos con más frecuencia, con la intención de reconocer el trabajo de los colaboradores, de apoyar los sueños de los trabajadores de Encumbra y hacer posible una integración entre la comunicación asertiva y el bienestar corporativo. Estos eventos y actividades son a cargo de la practicante Maria Camila Giraldo Tamayo, la cual debe realizarlos por completo, ajustando presupuestos, presentando diferentes propuestas las cuales deben ser aprobadas por gerencia de Gestión del Desarrollo Humano y Gerencia general.

También, es importante resaltar que todas las actividades próximamente mencionadas se realizan en tres ciudades diferentes, Antioquia (quince oficinas, aproximadamente 400 colaboradores) Santander (cinco oficinas, aproximadamente 130 colaboradores) Eje Cafetero (cinco oficinas, aproximadamente 80 colaboradores)

- **Grupos Focales:** se realizaron dos grupos focales, el primero con la parte de negocios y operaciones donde se busca la base de la empresa y observar el foco principal de los problemas en la comunicación y el clima laboral. Estos nos entregan

información valiosa para el entendimiento y el prospecto de plan de acción que se comenzará a ejecutar en el 2020, nos hablan de cómo la correcta comunicación, una asertiva forma de comunicar puede transformar el día de una persona.

El segundo grupo, conformado por jefes y gerentes de zona nos hablan de cómo se deben entrenar a los líderes para que ellos puedan aprender a comunicarse asertivamente. “No solo es dar y hacer cumplir las metas, es escuchar al colaborador, observar que le sucede y entablar una comunicación asertiva diariamente para acompañarlos en el proceso de crecimiento personal y profesional” López A. (2019).

- **Graduación de Escuela:** La escuela es un programa para formar asesores de negocios expertos en microcrédito. En el mes de febrero se realizó la primera graduación con evento. Este constó de músicos, palabras de gerencia, videos corporativos de compañeros y familiares felicitando a los graduados y entrega de diplomas.



Giraldo, M. (2019). Ilustración. Graduación Escuela. [Fotografía]. Propia autoria

- **Noche de los mejores:** evento que se realiza cada año en el mes de marzo para premiar los mejores colaboradores del año anterior, en este evento se conto con músicos, palabras de gerencia, entrega de diplomas, entrega del regalo (viaje a Cancún todo pago), brindis, obsequios, cena... este evento tiene como finalidad promover la sana competencia dentro de la compañía por lograr los mejores resultados.



Giraldo, M. (2019). Ilustración. Noche de los mejores.[Figura]. Propia autoria

- **Feria de Vivienda:** Por primera vez se realiza una feria de vivienda, consiguiendo todos los proveedores como constructoras, bancos de financiación, el gobierno y cajas de compensación familiar nos acompañan con el fin de promover la adquisición de vivienda de nuestros colaboradores. Esto se realiza dando respuesta a

un alto porcentaje de nuestra población que esta en busca de vivienda y pueden acceder a los subsidios tanto del gobierno como de cajas de compensación.



Giraldo, M. (2019). Ilustración. Feria de Vivienda. [Figura]. Propia autoria

- **Feria de Salud:** Por primera vez en la compañía se realiza una feria de salud, donde se invita a todos los colaboradores de Encumbra a realizarse exámenes gratuitos de prevención de enfermedades. Se tuvo el acompañamiento de diferentes entidades de salud y prevención como: ópticas, odontólogos, EMI, SURA, Spa, nutrición y dietética, escáner bioacuático, entre muchos otros.



Giraldo, M. (2019). Ilustración. Feria de Salud. [Figura]. Propia autoria

- **Día de la familia:** Por primera vez en la empresa, se vincula una actividad donde se invitan a los colaboradores con sus familias a un parque de diversiones para pasar un día laboral diferente, donde se pretende disminuir el estrés corporativo, conocer las familias de los colaboradores y seguir vinculando la empresa con los proyectos de las familias Encumbra.



Giraldo, M. (2019). Ilustración de la fiesta de la familia. [Figura]. Propia autoría

- **Graduación de Líderes:** En este evento, la estudiante fue la encargada de planear y ejecutar la graduación de un proyecto de escuela de liderazgo para jefes y gerentes de la compañía. Ella fue la maestra de ceremonia, dando todo un discurso alentador y motivador para todos los asistentes.



Giraldo, M. (2019). Ilustración de Graduación de Líderes. [Figura]. Propia autoria

Los eventos mencionados anteriormente, son actividades que están dando respuesta a la escucha asertiva que ha tenido la empresa con sus colaboradores, dando como resultado, una mayor vinculación de los colaboradores hacia la compañía, disminuyendo las renuncias, se percibe una mejora en el clima laboral, los colaboradores manifiestan sentirse felices trabajando en la compañía, lo que nos permite complementar el salario con el salario emocional que es a lo que la empresa le está apuntando.

El problema de la mala comunicación y del problema estructural de no poder utilizar los correos electrónicos con información muy pesada, nos impedía mantener al tanto al colaborador de todo lo que acontece en la empresa. Buscando soluciones, se crea la **revista GDH contigo**, la cual se distribuye por una plataforma virtual llamada Aula Encumbra una

vez al mes, en esta revista, se presenta todo lo que sucede en la compañía, próximos eventos, cumpleaños del mes, ascensos, convocatorias, convenios corporativos, entre muchas otras páginas importantes para la comunicación asertiva entre los colaboradores, la empresa y el área de GDH.

La revista corporativa, la crea la practicante Maria Camila Giraldo Tamayo, dejando en la compañía una posibilidad de comunicación asertiva, donde se implementa el manual de estilo (fuentes, estilos, diagramación) y temas a tratar. También es la encargada de crear los contenidos textuales y fotográficos de la revista.

El área de GDH, comenzó a darle mucha importancia al bienestar del colaborador y la correcta distribución de información al darse cuenta de que al escucharlos y compartir información con los colaboradores se permite tener un vínculo laboral más fuerte. Dándole continuidad a el buen recibimiento de los eventos, de la revista corporativa, se decide realizar rutas de acompañamiento una vez al mes en cada una de las oficinas para conversar con todos los colaboradores y saber cómo se sienten en la compañía, que se debe mejorar y contar con ellos para los proyectos que se tienen como compañía.

Además de las rutas, se crea una inducción corporativa, para todas las personas que ingresan a la compañía, puedan conocer a donde llegaron, cuales son los beneficios, en que se está trabajando y puedan tener más claro cuales son los lineamientos de la empresa y cómo vincularse con ellos.



Giraldo, M. (2019). Ilustración de inducciones corporativas [Figura]. Propia autoria

Todo lo anterior, son solo muestras del trabajo desarrollado durante las prácticas profesionales en la empresa Encumbra Microfinanzas, con esto, se puede dar una mirada a cómo la comunicación asertiva enfocada en el bienestar de los colaboradores puede brindar un sin número de beneficios en la empresa para la cual se labora.

Con todos los proyectos y actividades que se vienen desarrollando a lo largo de la práctica y la continuidad con la vinculación laboral ha permitido el desarrollo de la alumna Maria Camila Giraldo Tamayo, como una profesional en comunicaciones enfocada en todo lo

relacionado a la comunicación corporativa interna, permitiendo mejorar el clima laboral, evitar renunciaciones, crear el término salario emocional en la compañía e implementar una serie de estrategias para mejorar la comunicación interna en toda la organización.

Además de los eventos la practicante es la encargada de la creación y edición de todos los carnets corporativos

- **Carnet de seguridad y salud en el trabajo:** Se realizó para una campaña de cuidado al colaborador de la empresa.



Giraldo, M. (2019). Ilustración del carnet de seguridad y salud en el trabajo [Figura]. Propia autoría

- **Carnet de todos los colaboradores de la empresa y visitantes:** son todos los carnets de los empleados que ingresan a la compañía.



Giraldo, M. (2019). Ilustración de los carnets corporativos. [Figura]. Propia autoría

- **Convenios Corporativos:** Se deben realizar convenios con entidades que sean provechosas para los colaboradores y sus familias, permitiendo crear un vínculo entre diferentes compañías dando descuentos a los empleados de Encumbra Microfinanzas.

Todo lo descrito anteriormente es un trabajo realizado con empeño, amor, dedicación y como dicen los gerentes de la compañía “María Camila Giraldo Tamayo” respira bienestar con los colaboradores. Todo el trabajo permitió que vincularon laboralmente a la estudiante como analista de bienestar, siendo la encargada de todo el área de comunicaciones y bienestar corporativo.

Conclusiones:

Al terminar un proceso de práctica envuelto en conocimientos, en desarrollar habilidades como profesional, se me permite dar claridad a los conceptos y darle respuesta a todas las preguntas que surgían en el momento de desarrollar las actividades diarias. el flujo de información que se da por medio de la compañía debe ser correcto, eficaz, rápido y de un lenguaje sencillo que permita que toda la compañía hable un mismo idioma.

A medida que se desarrolla la práctica profesional se reafirma que la comunicación y el bienestar corporativo van de la mano para el correcto desarrollo de las políticas organizacionales. cuando se hace una sinergia entre los dos conceptos se ve una clara

mejoría en el clima laboral, en la retención del talento en la compañía y un sin número de beneficios que hacen que los empleados quieran pertenecer a una organización.

Recomendaciones:

Como recomendaciones para la compañía se propuso:

- Posicionamiento de redes sociales como una fuente de información para los posibles clientes.
- Posicionamiento de las redes sociales como una fuente de reclutamiento de personal.
- Creación de escuelas para líderes, donde el tema a trabajar es la comunicación asertiva.
- Realización de protocolos en cascada para la correcta información en cada una de las diferentes áreas.
- Trabajar el tema de cultura organizacional, como pilar para el tratamiento de los clientes internos y externos

Estas recomendaciones se dan en base al crecimiento pronunciado que está teniendo la compañía. Una compañía en crecimiento requiere posicionar todas las comunicaciones para que toda la empresa hable un mismo idioma y estén en el camino de conseguir las mismas metas.

Bibliografía:

Alix Belén Rivera, L. R. (2005). LA COMUNICACIÓN COMO HERRAMIENTA DE GESTIÓN ORGANIZACIONAL. *REVISTA NEGOTIUM*, 32-48.

ÁNGEL, P. M. (Diciembre de 2016). *MINSALUD: Entorno laboral saludabe*.
Obtenido de de
<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/VS/TH/entorno-laboral-saludable-incentivo-ths-final.pdf>

Betancourt, B. (14 de Marzo de 1984). *ORGANIZACIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE SALUD OCUPACIONAL*. Obtenido de <http://parquearvi.org/wp-content/uploads/2016/11/Decreto-614-de-1984.pdf>

Brandson, R. (s.f.).

Branson, R. (s.f.). Qué les dio Richard Branson a sus empleados. (ENTREPRENEUR, Entrevistador)

Calderón Hernández, G., Murillo Galvis, S. M., & Torres Narváez, K. Y. (2003). Cultura organizacional y bienestar laboral. *Cuadernos de Administración (Pontificia Universidad Javeriana)* .

Catarina. (s.f.). Obtenido de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/schreiner_r_cf/capitulo_1.pdf

César Ulloa, D. A. (2015). Aproximación conceptual a la comunicación corporativa: retos y propuestas . *Austral Comunicación* , 3.

Córdoba, S. O. (2016). Comunicación Organizacional. Teoría y Estudios. *Dialnet* , 149.

García, M. J. (2007). *Comunicación empresarial 2.0: la función de las nuevas tecnologías sociales en la estrategia e comunicación empresarial*. . Madrid : Grupo BPMO.

Linda L. Putnam, J. C. (2002). Comunicación empresarial: nuevas tendencias en comunicación para potenciar la estrategia empresarial. *Dialnet* .

Niria Quintero y Elsis Faria. (2008). Clima Organizacional y desempeño laboral del personal . *Revista Negotium* , 40 .

Nobell, J. A. (2013). COMUNICACIÓN POSITIVA: LA COMUNICACIÓN. *Revista de Comunicación Vivat Academia*, 95.

- Pérez, A. M. (2013). Clima organizacional en la gestión del cambio para el desarrollo de la organización. *Revista Cubana de Salud Pública*, 3.
- Quevedo, J. C. (2010). EL NECESARIO PROTOCOLO EN LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL . *Revista Icono* , 182.
- Trellez, I. (2014). Comunicación Organizacional. Selección de Lecturas. *Colección de Dirección y Gestión de la Comunicación*, 3.
- Urdaneta Q., O. R. (2009). Clima organizacional en Institutosde Investigaciones del Sector SaludCaso: Universidad del Zulia. *Revista Venezolana de Gerencia (RVG)*.
- Vigilante, M. (2019). No existen organizaciones innovadoras sin culturas innovadoras. *Grupo HumanNova* .