

**SISTEMATIZACIÓN DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL**

**REALIZADA EN SER AMBIENTAL S.A. E.S.P.**

**AURA LIZETH DOMÍNGUEZ VILLALBA**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS**

**SEDE CUNDINAMARCA – CENTRO REGIONAL GIRARDOT**

**FACULTAD DE LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO**

**GIRARDOT – CUNDINAMARCA**

**2019**

**SISTEMATIZACIÓN DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL**

**REALIZADA EN SER AMBIENTAL S.A. E.S.P.**

**SISTEMATIZACIÓN**

**AURA LIZETH DOMÍNGUEZ VILLALBA**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS**

**SEDE CUNDINAMARCA – CENTRO REGIONAL GIRARDOT**

**FACULTAD DE LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO**

**GIRARDOT – CUNDINAMARCA**

**2019**

## **DEDICATORIA**

Este trabajo se lo dedico primero a Dios, porque de la mano de Él todo es posible, aunque haya tenido varias caídas, siempre supe que estaba ahí para ayudarme a levantar, creo en él y a él le creo, segundo a mis padres y mi hermana, que en algunos momentos cuando quise desistir de dejar todo a un lado me dieron el ánimo de seguir y estaban siempre para escucharme. A mi compañero y amigo Enrique por su insistencia para lograr culminar el proyecto. Por último a Ser Ambiental S.A. E.S.P por brindarme la oportunidad de desarrollar los conocimientos adquiridos en el ámbito universitario.

**AURA LIZETH DOMÍNGUEZ VILLALBA**

## HOJA DE APROBACIÓN

## Tabla de contenido

<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>7</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>10</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>11</b>
<b>1. ANTECEDENTES Y MARCO REFERENCIAL.....</b>	<b>13</b>
<b>1.1 MARCO CONTEXTUAL .....</b>	<b>13</b>
<b>1.2 MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>15</b>
<b>1.3 MARCO LEGAL .....</b>	<b>18</b>
<b>1.4 EJES O CATEGORÍAS .....</b>	<b>18</b>
<b>2. PLANEACIÓN Y METODOLOGÍA.....</b>	<b>21</b>
<b>2.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE APRENDIZAJE .....</b>	<b>21</b>
<b>2.2 IDENTIFICACIÓN DE ACTORES INVOLUCRADOS Y PARTICIPANTES.....</b>	<b>23</b>
<b>2.3 ESTRUCTURA DEL MODELO DE RECONSTRUCCIÓN DE LA EXPERIENCIA.....</b>	<b>25</b>
<b>2.4 HERRAMIENTAS E INSTRUMENTOS.....</b>	<b>31</b>
<b>2.5 MATRIZ DE PLANEACIÓN.....</b>	<b>30</b>
<b>3. MODELO DE DIVULGACIÓN DE LA EXPERIENCIA.....</b>	<b>31</b>
<b>3.1 RECONSTRUCCIÓN DE LA EXPERIENCIA.....</b>	<b>32</b>
<b>3.2 MOMENTOS HISTÓRICOS Y EXPERIENCIAS.....</b>	<b>35</b>
<b>3.3 PRINCIPALES HITOS O HECHOS RELEVANTES.....</b>	<b>36</b>
<b>4. APRENDIZAJES .....</b>	<b>53</b>
<b>4.1 APORTES SIGNIFICATIVOS DE LA EXPERIENCIA EN LO HUMANO.....</b>	<b>54</b>
<b>4.2 APORTES SIGNIFICATIVOS EN LO SOCIAL.....</b>	<b>55</b>
<b>4.3 PRINCIPALES APRENDIZAJES PARA EL PERFIL PROFESIONAL.....</b>	<b>56</b>

**4.4 APRENDIZAJES ABORDADOS DESDE LA PERSPECTIVA DE LA  
SOCIALIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA.....57**

**5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....58**

**6. BIBLIOGRAFÍA.....59**

**7. ANEXOS.....61**

## INTRODUCCIÓN

La sistematización presentada se ha realizado con base en las prácticas profesionales efectuadas en la empresa SER AMBIENTAL S.A. E.S.P., revisando las causas que podían estar fallando en la comunicación interna, con el objeto de brindar una posible solución.

El problema que se establece nace del poco conocimiento que tienen las áreas administrativas del área de Comunicaciones y Gestión Social en cuanto a la labor que se realiza fuera de la compañía; el departamento es liderado organizacionalmente directo desde la Gerencia, seguido de la Coordinadora de Comunicaciones y Gestión Social y apoyado por dos auxiliares, cuenta con diversas funciones como: liderar la comunicación con las comunidades de zonas de influencia de la empresa con el fin de generar conciencia ambiental, campañas de gestión social en comunidades, registro fotográfico de actividades realizadas, actualización de software, coordinar y ejecutar campañas programadas bajo el esquema de Gestión Social liderado por la Gerencia de Comunicaciones y Gestión Social, cumpliendo con el programa definido mensualmente por la organización, coordinar las actividades lúdicas pedagógicas en comunidades, instituciones educativas entre otras, adelantar las campañas de concientización que complementan la erradicación de puntos críticos, participar en la educación formal en las instituciones educativas del área de influencia, a través de los Proyectos Ambientales Escolares (PRAES) y Proyectos Ambientales Universitarios (PRAUS), explicar promocionar los deberes y derechos del ciudadano con relación al manejo adecuado de los residuos sólidos en la ciudad, incentivar el trabajo interinstitucional con las entidades involucradas en el tema de residuos sólidos, validar los registros correspondientes a la actividad que se desarrolló, fortalecer las

relaciones con los vecinos de la base operativa, liderar el acompañamiento para la fidelización de los usuarios, coordinar la atención a PQR de Gestión Social, laborar y enviar a la Coordinación Comercial y Gerencia de Área el reporte de los cambios encontrados en los inmuebles de los clientes visitados y hacer seguimiento a que estos cambios se apliquen en el sistema, informe mensual de resultados del área y el informe anual puesto que allí se tiene un establecido de todo lo realizado en cada ciudad donde se presta el servicio.

Así mismo, teniendo en cuenta que la entidad es la encargada del manejo de los residuos sólidos domiciliarios de la provincia del Alto Magdalena y Sumapaz, generando un buen servicio en la recolección, transporte y disposición final, es necesario informar a los demás colaboradores del trabajo que realiza el área encargada de Comunicaciones y Gestión Social; porque los administrativos realmente solo tienen una breve idea del trabajo que se realiza externamente y esto afecta de manera negativa al departamento en cuanto a que hay un estigma en que el área por ser nueva no genera mucho cambio o influencia al proceso de ejecución dentro de SER AMBIENTAL y se ve afectada en el trabajo en equipo.

Por lo tanto, para fortalecer el área comunicativa se debe destacar que en el mercado es de suma importancia trabajar la comunicación en la organización, “que está diseñado para alcanzar ciertas metas y objetivos. Cabe destacar que sólo puede existir cuando hay personas que se comunican y están dispuestas a actuar en forma coordinada para lograr su misión. Las organizaciones funcionan mediante normas que han sido establecidas para el cumplimiento de los propósitos” (Moncayo, 2015) hállese de actitudes, relaciones personales, trabajo en equipo, que destacan los logros empresariales por medio de la labor reconocida en las diversas áreas administrativas.

“El ambiente interno en que se encuentra la organización lo forman las personas que la integran, y esto es considerado como el clima organizacional”(Caraveo, 2004) Pág. 83.

Del mismo modo, es menester resaltar que para el desarrollo del proyecto se contó con una serie de parámetros los cuales van exponiendo cada uno de los marcos desarrollados dentro la organización, dando a conocer la experiencia que se obtuvo de la práctica profesional en SER AMBIENTAL S.A. E.S.P.; llegando así al objetivo general de generar una estrategia de comunicación interna que visibilice las actividades de los colaboradores para fortalecer cada área y consolidar un excelente equipo de trabajo donde todos luchan por un mismo fin.

Por esta razón, dentro de la presente sistematización se encuentra un Marco Contextual, Marco Teórico, Marco Legal, un Eje que sería la pregunta problema, la planeación y Metodología, que es allí donde se trabaja la formulación del problema, los actores involucrados, la estructura que reconstruyen las experiencias, todo lo relacionado a lo vivido en el momento del desarrollo de la praxis, la conclusión se le puede dar al trabajo y si realmente era aceptado por los empleados del área administrativa de la empresa y por último que recomendaciones se podrían establecer.

## RESUMEN

La presente Sistematización se enfoca en la práctica profesional realizada en la empresa SER AMBIENTAL S.A. E.S.P. y cómo desde allí se logra dar a conocer en el área Administrativa lo que se hace desde el área de Comunicaciones y Gestión Social externamente, manejando y tratando de mejorar la comunicación organizacional interna.

SER AMBIENTAL S.A. E.S.P. es la empresa encargada de prestar el servicio público de aseo, recolectando los residuos sólidos domiciliarios a once municipios de Cundinamarca y el departamento del Tolima, así mismo, cuenta con 600 colaboradores distribuidos en las diversas áreas de la organización, y su oficina se encuentra ubicada en Girardot - Cundinamarca en la Calle 21<sup>a</sup> No. 2-07 barrio San Antonio.

La empresa cuenta con un área de comunicaciones y Gestión social la cual lleva poco tiempo dentro de la organización, y desde allí se ha logrado que SER AMBIENTAL S.A. E.S.P. sea reconocida externamente por sus usuarios en los diferentes municipios donde presta su servicio siendo resaltada por algunos de sus proyectos.

Buscando una necesidad de comunicaciones se logró establecer, que se presentaba una falencia desde área interna, donde se notaba la falta de comunicación que existe, resaltando un área donde no todos conocen sus labores en el exterior y cuán importante es para la compañía, ya que al estar enterados de ello mejoraría el clima organizacional, se hablaría de una comunicación horizontal porque es un departamento en el que se apoyan todas las áreas y si tenían mayor conocimiento se cambiaría la perspectiva y el pensamiento negativo, se hablaría no de un grupo de trabajo sino de un equipo de trabajo, todos con el mismo fin.

La intención de este trabajo, fue dar a conocer por medio de la sistematización de la experiencia, el avance de las actividades que ayudaron a mejorar esa necesidad que se encontró frente a la comunicación interna de la empresa teniendo en cuenta las habilidades y conocimientos alcanzados en la facultad de Ciencias de la Comunicación por medio de información sustentada, logrando desempeñar las labores asignadas, para complementar la preparación con los requerimientos del campo laboral.

**Palabras clave: Comunicación Interna, Empresa, Área interna, Trabajadores, Información.**

#### **ABSTRACT**

This Systematization focuses on the professional practice carried out in the company SER AMBIENTAL S.A. E.S.P. and how from there it is possible to make known in the Administrative area what is done from the area of Communications and Social Management externally, managing and trying to improve internal organizational communication.

SER AMBIENTAL S.A. E.S.P. It is the company responsible for providing the public toilet service, collecting household solid waste to eleven municipalities of Cundinamarca and the department of Tolima, also has 600 employees distributed in the various areas of the organization, and its office is located in Girardot - Cundinamarca on 21st Street No. 2-07 San Antonio neighborhood.

The company has a communications and Social Management area which has been in the organization for a short time, and from there it has been achieved that SER AMBIENTAL S.A.

E.S.P. It is recognized externally by its users in the different municipalities where it provides its service being highlighted by some of its projects.

Looking for a need for communications, it was established that there was a lack from the internal area, where there was a lack of communication that exists, highlighting an area where not everyone knows their work abroad and how important it is for the company, since being aware of it would improve the organizational climate, one would speak of a horizontal communication because it is a department in which all areas are supported and if they had more knowledge the perspective and negative thinking would be changed, it would be said not of a working group but of a work team, all for the same purpose.

The intention of this work was to make known through the systematization of the experience, the progress of the activities that helped to improve that need that was found in the face of the internal communication of the company taking into account the skills and knowledge achieved in the Faculty of Communication Sciences through sustained information, managing to perform the assigned tasks, to complement the preparation with the requirements of the labor field.

**Keywords: Internal Communication, Company, Internal Area, Workers, Information.**

## **1. ANTECEDENTES Y MARCO REFERENCIAL**

### **1. MARCO CONTEXTUAL**

“La comunicación como proceso está ligada a todo el quehacer de la organización y por lo tanto desempeña un papel fundamental en la interacción de la entidad con su entorno, tanto laboral como general. Ella constituye la base de las funciones gerenciales, es el medio que unifica la actividad de la organización. El hombre debe desarrollar la confianza y la buena voluntad en su relación con los demás para juntos crear metas que impulsen el trabajo en la organización que dirige. Por tanto, la comunicación no debe limitarse a transmitir con calidad instrucciones, sino que previamente debe haber definido misiones y responsabilidad”. (Caridad Ruiz Galup, 2011)  
Pág. 2.

En la empresa, el área de comunicaciones cumple con la labor de realizar informes con el fin de tener un establecido y evidencias de las actividades que se hacen desde Gestión Social siendo esta una misma dependencia. Es importante que esas labores efectuadas lleguen a los colaboradores por que puede contribuir a cambiar el pensamiento de ellos proporcionándoles una mejor información, Por tal motivo “Los procesos comunicativos realizados en el interior del sistema organizativo constituyen la comunicación interna, dirigida a conseguir una estabilidad en la organización con vistas a que se alcancen sus fines. Por medio de la comunicación se logra crear y mantener la cultura de la organización. Igualmente, la comunicación es el modo fundamental de

transmitir la cultura y conseguir la socialización de sus miembros”. (Caridad Ruiz Galup, 2011)

Pág. 6.

La comunicación organizacional es muy importante en las empresas para su esparcimiento y conocimiento en el mercado, frente a esto se resalta que las organizaciones no solo se deben enfocar en la economía, la administración y la producción que se vienen llevando a cabo desde hace algunos siglos, “en Latinoamérica distintos enfoques han concentrado la atención de los programas de las Especializaciones en Comunicación Organizacional: El enfoque mecanicista fundamentado en la transmisión y recepción acuciosas del mensaje a través del canal; el psicológico, basado en las intenciones y aspectos humanos de la comunicación donde se presume que existe una correlación lineal entre las cogniciones y el comportamiento; hasta el enfoque tecnócrata cuyo eje central es la comunicación como estrategia, que se basa en determinar un sistema de objetivos y criterios de acción destinados a orientar la actividad de la empresa basándose en aspectos como la reingeniería y la calidad total” (Valle, 2003).

Asimismo, se debe adicionar la comunicación como un nuevo accionar de las compañías, para el desarrollo integral de la misma. Puesto que esta permite que se trabajen las relaciones; en el caso de SER AMBIENTAL S.A. E.S.P. con el entorno y la interacción interna definiendo una identidad.

Por esta razón, la empresa ha ido desarrollando la comunicación organizacional, abarcando gran parte de su manejo, ya que esto permite que se dé a grandes pasos su desarrollo; con el buen manejo de la retroalimentación interna y externamente se conciben cambios en las actitudes para bien, mejores decisiones, trabajo en equipo, solución de inconvenientes y buen comportamiento.

SER AMBIENTAL S.A. E.S.P., es una empresa dedicada a la prestación del servicio integral de aseo y servicios complementarios, que busca satisfacer a la comunidad y mejorar el medio ambiente de los municipios: Girardot, El Espinal, Guamo, Fusagasugá, Arbeláez, Chicoral, Melgar, Ricaurte, Flandes. De igual manera también lleva el manejo de Agua de Dios, Tocaima y Chiquinquirá – Boyacá, las cuales pertenecen a la razón social de Central Colombiana de Aseo. La compañía Se encarga de brindar una mejor calidad de vida a las personas y a generaciones futuras, puesto que vela por mantener un ambiente libre de contaminación.

Su objetivo es garantizar un servicio eficiente a todos los hogares, establecimientos comerciales e industrias y espacios públicos de los municipios donde se presta el servicio. Modernizando el barrido, la recolección, transporte y la disposición final de residuos sólidos; de igual forma, establece los procesos de gestión ambiental.

SER AMBIENTAL S.A. E.S.P. Busca posicionarse como la empresa líder de la región en la prestación del servicio público domiciliario de aseo y servicios complementarios, prestando un servicio de calidad e incluyente, con un equipo de trabajo altamente calificado, orientado al mejoramiento continuo, hasta lograr la satisfacción de los usuarios con responsabilidad ambiental, comprometidos con la seguridad de los funcionarios.

## **1.2 MARCO TEÓRICO**

Para llevar a cabo el desarrollo de la sistematización es necesario apoyarse en un enfoque etnometodológico donde se destaca el proceso, resaltando la importancia de cómo las relaciones sociales pueden influir en una organización, por tal motivo este trabajo se basó en algunos

autores los cuales tienen gran conocimiento sobre la comunicación organizacional, referente a ello dan fuerza a los argumentos planteados.

## **COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL**

Así mismo, se resalta que cada institución maneja u ordena su comunicación en funcionamiento del personal interno y al mismo tiempo de aquellas relaciones que se entablan con lo externo. Por esta razón (Martha Mejía, 2013) acota que “Es fundamental que, para alcanzar ese objetivo, la comunicación sea integral en el sentido de que sea completa y cumpla sin desperdicio los resultados que se esperan de ella”.

Al momento de realizar la práctica profesional se propuso buscar el método más adecuado para que los colaboradores del área administrativa tuvieran conocimiento de lo realizado en el área de Comunicaciones y Gestión Social externamente, se pensó en el tipo de estrategias que fueron usadas en el transcurso de la labor; por lo tanto, de acuerdo con (Contreras, 2012) “Los principales encargados de la comunicación dentro de las organizaciones, deben tener en cuenta una serie de elementos a la hora de iniciar un proceso de comunicación, que influyan en la percepción, la personalidad, las emociones de cada individuo a su vez que aporten aprendizaje y satisfacción laboral”.

## **CLIMA ORGANIZACIONAL**

Ahora bien, en una empresa como SER AMBIENTAL S.A. E.S.P. es de gran importancia manejar el clima organizacional puesto que este es el que se encarga de manejar por completo el estilo de vida de la empresa, es decir, si este es bueno y mejora, asimismo se vería reflejado en el desempeño de cada integrante en las áreas de la compañía. A lo que Arce (2017) describe “como la percepción que tienen los miembros de una organización de su funcionamiento estructural y

dinámico, esta percepción influye en los niveles de satisfacción y motivación en la disposición a permanecer en la organización y en el desempeño del personal”.

## **COMUNICACIÓN INTERNA**

No obstante, manejar la comunicación interna recobra importancia, puesto que todos los actores allí involucrados tienden a equivocarse al momento de pensar para qué puede servir el área de comunicaciones en la compañía, por esta razón se aclara que “Comunicación interna es un conjunto de actividades efectuadas por la organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo, al logro de los objetivos organizacionales” (Andrade, 2005) Pág. 17.

Según García en su libro la Comunicación Interna (1998), “La gestión de la comunicación interna se enfoca en todas las acciones y metodologías aplicativas en donde los encargados de la comunicación planifican todos los recursos posibles que permita mejor desarrollo en la organización”. Pág. 19. En este punto es donde se buscó aplicar nuevas metodologías generando innovación de recursos dentro de la organización y así lograr un desarrollo óptimo considerando que la comunicación organizacional es un abanico de oportunidades para la comunicación interna, donde se fomentan los hábitos, valores, costumbres y símbolos que caracterizan la compañía y a sus empleados.

Por tal motivo, en este proyecto se debería tomar como un marco para la implementación de una gestión ya realizada frente a las experiencias vividas durante la praxis, ya que alimenta y es lo que aporta a que se genere la comunicación. Como lo manifiesta Carlos Fernández en el texto La comunicación en las organizaciones (2002) quien habla de comunicación interna como un

“conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones con y entre sus miembros, a través del uso de diferentes medios de comunicación que los mantengan informados, integrados y motivados para contribuir con su trabajo al logro de los objetivos organizacionales”.

### **1.3 MARCO LEGAL**

SER AMBIENTAL S.A. E.S.P. cuenta con la certificación ISO 9001:2015 la cual certifica que presta un servicio de aseo con calidad.

El alcance de su certificación es:

"Prestación del servicio público domiciliario de aseo en sus componentes de barrido, limpieza de vías y áreas públicas, recolección y transporte, corte de césped, poda de árboles, transferencia y disposición final de residuos sólidos domiciliarios; en los municipios del centro del país.”

Siendo en Colombia, el primer Relleno Sanitario en lograr esta certificación de Calidad.

La marca Bureau Veritas Certificación representa fiabilidad, sostenibilidad y confianza. Solo las mejores compañías logran obtener certificación Bureau Veritas, lo que se convierte en una referencia de calidad y excelencia que le concede un valor agregado a su marca.

### **1.4 EJES O CATEGORÍAS**

De acuerdo a la necesidad encontrada desde el área de Comunicaciones y Gestión Social en la práctica profesional en SER AMBIENTAL S.A. E.S.P. se genera la siguiente pregunta:

¿De qué manera los colaboradores administrativos de SER AMBIENTAL S.A. E.S.P pueden tener información de la labor que realiza el área de Comunicaciones y Gestión Social externamente?

La siguiente tabla consta de unas **categorías** las cuales surgen del eje o pregunta problema, de allí se desprende una **definición** de la autora referente a la experiencia vivida apoyada de teóricos expertos en el tema; de acuerdo a lo estipulado en la interpretación nacen las **subcategorías** y para finalizar se muestra que herramientas o **instrumentos** se utilizaron para darle desarrollo al proceso y obtener resultados.

CATEGORÍAS	DEFINICIÓN	SUBCATEGORÍAS	INSTRUMENTOS
1.Información	Se refiere al desarrollo del proceso donde se interviene en la comunicación interna para brindar mayor información a los colaboradores. “En el estudio de la comunicación ha sido por mucho tiempo la llamada teoría de la información, formulada a finales de los 40 por el ingeniero Claude E. Shannon”(Pérez, 1998).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proceso</li> <li>• Intervención</li> <li>• Desarrollo</li> <li>• Manejo interno</li> </ul>	<b>Encuestas</b>
2.Colaboradores	Destaca al sector administrativo el	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sector</li> </ul>	<b>Encuestas</b>

	<p>cual sirvió como parte de la muestra para obtener resultados. Según (Locke, 1991) “Adicionalmente, la motivación es personal e individual en términos de su contenido. Cada uno de nosotros es único en términos de lo que nos emociona y de la manera como dirigimos nuestro comportamiento; y finalmente, la motivación es dirigida hacia una meta”</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Muestra</li> <li>• Obtención</li> <li>• Resultados</li> </ul>	
3.Labor interna	<p>Cual fue la acogida haya sido positiva o negativa en la ejecución de las prácticas. De acuerdo con (Álvarez, 2007) “Los trabajadores son, asimismo, una fuente informativa de primera magnitud para los medios de comunicación y una preocupación permanente para las Administraciones Públicas. Finalmente, constituyen una</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acogida</li> <li>• Reconocimiento</li> <li>• Ejecución</li> <li>• Práctica</li> </ul>	<b>Encuestas</b>

	referencia para la sociedad en su conjunto, que adivina en ellos el reflejo de la imagen corporativa de las empresas donde prestan sus servicios”.		
--	--	--	--

Tabla 1. CATEGORIZACIÓN DEL EJE ESTABLECIDO. Fuente propia

## 2. PLANEACIÓN Y METODOLOGÍA

### 2.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE APRENDIZAJE

SER AMBIENTAL S.A. E.S.P. es una empresa que siempre se ha preocupado por sus colaboradores resaltando cada día su labor por medio del área de Comunicaciones y Gestión Social, en los diferentes medios digitales como Facebook, Instagram y YouTube, donde se muestra la acogida de los seguidores y usuarios al momento de generar el lema #MásQueUnaEmpresaSomosUnaFamilia.

De igual forma, Comunicaciones y Gestión Social es un área prácticamente nueva en la empresa, desde allí se manejan todas las actividades para mejorar la visión de SER AMBIENTAL S.A. E.S.P. en los diversos municipios donde se presta el servicio. Se llevan a cabo varias acciones que han venido generando impacto para que sean conocidas las acciones que realiza la empresa puesto que siendo una compañía que presta el servicio de aseo, ha sobresalido por sus campañas de limpieza, embellecimiento y recuperación de espacios por medio de diversos proyectos como por ejemplo “Enllántate con Divertillantas” que trataba de recuperar espacios y puntos críticos con llantas disminuyendo la proliferación de estas; la “Muratón” que fue donde se escogieron

ciertos espacios y murales para recuperarlos con pinturas alusivas al medio ambiente. Así mismo se ha concentrado en la educación ambiental para instituciones educativas, comunidades y barrios por medio de socializaciones.

No obstante, tras un análisis de la locación y los empleados que conforman SER AMBIENTAL S.A. E.S.P. se llegó a la conclusión que se debería evidenciar el trabajo que se hace desde el área fuera de la organización.

Por tal motivo, se tuvo en cuenta que no todas las áreas internas conocen las labores que se realizan a diario desde el área de Comunicaciones y Gestión Social, al momento de desplazarse al trabajo de campo a suplir las necesidades que en algún momento los mismos usuarios solicitan con el fin de lograr tener una mejor perspectiva de la empresa en el exterior. Este desconocimiento por parte de los colaboradores de las otras áreas afecta de manera negativa por que no habría una satisfacción laboral, de lo contrario el ver que su trabajo en equipo ayuda a que muchas personas les agrade el servicio y que por sus esfuerzos mancomunadamente son reconocidos, es grato para ellos ya que aumenta la motivación personal.

Por consiguiente, se buscó una forma de que cada área estuviera informada y se hizo una intervención en esta problemática, durante la ejecución de las prácticas profesionales en SER AMBIENTAL S.A. E.S.P., se planteó un proyecto de comunicación interna, con el fin de que la labor de Comunicaciones y Gestión Social en el exterior fuera más visibilizada en los demás áreas administrativas, a lo cual se dio solución realizando boletines de prensa; que brindarían detalles del trabajo desempeñado desde Comunicaciones y Gestión Social.

De hecho para llegar a este resultado, se pensó en un análisis cuantitativo ejecutado por medio de encuestas, respondiendo cómo les gustaría obtener la información del gestor y sus auxiliares, a lo que contestaron que la manera más pertinente de saber tal gestión era por medio de boletines de prensa ya que serían inmediatamente leídos, acción que no se podría hacer mediante correo electrónico debido a que por la aglomeración de mensajes que llegan a diario esta acción periodística se perdería.

Al hablar de esta labor se estipula que en la organización los boletines de prensa se comenzarían a elaborar como una estrategia de comunicación, donde se informarían a los interlocutores de una forma efectiva, contribuyendo su influencia en el desarrollo y cumplimiento del éxito en la empresa, considerando la comunicación como un ente importante dentro de ella.

## **IDENTIFICACIÓN DE ACTORES INVOLUCRADOS Y PARTICIPANTES**

Durante el desarrollo de la práctica profesional se buscaba lograr que las diversas áreas administrativas que tiene SER AMBIENTAL S.A. E.S.P. conocieran más de cerca la labor que realiza Comunicaciones y Gestión Social al momento de salir a la labor de campo en los diversos municipios ya sea con comunidades, instituciones educativas, agentes ambientales y personal externo de la compañía.

A través de una charla con el personal de la empresa se pensó en cuál sería la forma adecuada de brindarles la información a los demás colaboradores, por lo que se tuvieron en cuenta varias estrategias, incluso algunas ya establecidas, como Facebook pero esta página se encuentra restringida para ellos, por lo tanto se tuvieron en cuenta las pantallas internas, pero de acuerdo a las labores de cada uno el tiempo de ponerse a observar la información detenida de las pantallas

no era el suficiente, correos electrónicos, los cuales no serían visibilizados debido a la cantidad que llegan al e- mail, por este motivo se tuvieron en cuenta los Boletines de Prensa, algo más personal e inmediato que fueran concisos, breves y tuvieran tiempo de leer.

Para sacar la muestra y llevar a cabo las encuestas para resolver la pregunta problema fue necesario establecer las áreas administrativas con que cuenta, y la cantidad de personas que laboran en cada una de la siguiente manera:

<b>ÁREA</b>	<b>NÚMERO DE PERSONAS</b>
Financiera	5
Facturación	4
Comercial	3
Jurídica	2
Cartera	3
Atención al Cliente	3
Gerencia	1
Mensajería	1
Operaciones	5
<b>TOTAL</b>	<b>27 PERSONAS</b>

Tabla 2. ÁREAS ADMINISTRATIVAS DE SER AMBIENTAL. Fuente propia

Cabe resaltar, que al momento de desarrollar la práctica se tuvo en cuenta el enfoque mixto puesto que tenía lo cuantitativo en cuanto se tabularan las encuestas y lo cualitativo al desarrollo de todo el proyecto. Ahora bien, si se habla de sistematización se hace énfasis en un enfoque

cuantitativo donde se unen todas esas experiencias vividas en el campo laboral y es lo que en este momento se plantea para darle desenlace a este trabajo.

## 2.3 ESTRUCTURA DEL MODELO DE RECONSTRUCCIÓN DE LA EXPERIENCIA- PROCESO METODOLÓGICO

En este punto se tomó como referencia al autor Oscar Jara (2004) y su estrategia el Caracol de la Sistematización “Ya hemos señalado que existen diferentes propuestas metodológicas de acuerdo a los diversos enfoques que existen sobre la sistematización de experiencias, y hemos avanzado en su presentación los diferentes pasos que desarrollan en el proceso”.



- 1 • Haber participado en la experiencia  
• Tener registros de experiencias
- 2 • ¿Para qué queremos sistematizar? (Objetivo)  
• ¿Qué experiencia queremos sistematizar? (Objeto)  
• ¿Qué aspectos centrales de la experiencia nos interesan? (Eje)
- 3 • Reconstruir la historia  
• Ordenar y clasificar la información
- 4 • Analizar, sintetizar e interpretar críticamente el proceso
- 5 • Formular conclusiones  
• Comunicar aprendizajes
- 6 • Sistematización de sistematizaciones  
• Aprendizajes nuevos

IMAGEN 1. CARACOL DE LA SISTEMATIZACIÓN. Oscar Jara, Metodología de la Sistematización.

Para desarrollar cada uno de los puntos, se estableció la imagen del caracol como estructura en la siguiente tabla la cuál aclara cada uno de los pasos para su desarrollo.

### ESTRATEGÍA DEL CARACOL

<p>PUNTO DE PARTIDA</p>	<p>(De dónde surge)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. El autor tuvo que haber participado en la experiencia.</li> <li>2. Tener registros de experiencias</li> </ol>
<p>PREGUNTAS INICIALES</p>	<p>¿Para qué queremos sistematizar?</p> <p>¿Qué experiencia se quiere sistematizar?</p> <p>¿Qué aspectos centrales de la experiencia nos interesan?</p>
<p>RECUPERACIÓN DEL PROCESO VIVIDO</p>	<p>Reconstruir la historia, ordenar y clasificar la información.</p>
<p>REFLEXIÓN DE FONDO</p>	<p>(Reflexión Crítica) analizar e interpretar el proceso críticamente.</p>

TABLA 3. PASOS PARA SISTEMATIZAR. Fuente Propia

A continuación, se dará desarrollo a la tabla 3 para profundizar la experiencia de la sistematización.

#### PUNTO DE PARTIDA

El proceso realizado en SER AMBIENTAL S.A. E.S.P. durante la práctica profesional estuvo orientado a la necesidad de mejorar la comunicación interna. Durante este tiempo la verificación del avance en el proyecto fue hecho por la Coordinadora de Comunicaciones y Gestión Social de la empresa, la docente encargada del área de Prácticas profesionales de la universidad y la estudiante de Comunicación Social y Periodismo.

De acuerdo a la necesidad establecida y al proceso vivido, nace la idea de plasmar la experiencia de la comunicación organizacional interna por medio de la sistematización.

#### **Experiencias de comunicación que se han desarrollado en SER AMBIENTAL S.A. E.S.P.**

Se tuvo en cuenta que herramientas o trabajos se realizan para el fortalecimiento de la comunicación interna, para establecer la necesidad requerida en la práctica profesional.

#### **Necesidad de la empresa desde el punto de vista comunicativo**

La necesidad radica en que los colaboradores de la empresa tengan conocimiento de todo lo que se realiza en el área de Gestión Social. Por esta razón se propone generar boletines de prensa los cuales den ese conocimiento dentro de la entidad.

## PREGUNTAS INICIALES

¿Para qué sistematizar?

Según Oscar Jara Holliday, 2004 en su texto Sistematización una nueva mirada a nuestras prácticas acota que “sistematizamos fundamentalmente porque queremos aprender de nuestras prácticas”. Pág. 13. Buscando reconstruir el contexto de lo que ya se vivió haya sido bueno o malo, ampliando las expectativas del estudiante generando conocimientos nuevos desde la propia práctica y expandirlos a nuevas generaciones.

El motivo de esta sistematización se lleva a cabo para dar a conocer lo importante que es darle manejo a la comunicación interna, porque se trabaja en un entorno y se comparte con personas las cuales no tienen un claro conocimiento de todas las actividades que se realizan desde el área de Comunicaciones y Gestión Social fuera de SER AMBIENTAL S.A. E.S.P., puesto que no está fortalecido el tipo de comunicación horizontal, por este motivo se buscaba establecer una forma en la que ellos estuvieran al tanto del trabajo del área, para que siempre estén informados y se amplíen sus expectativas referente a la empresa.

Así mismo se establecieron objetivos específicos como:

1. Analizar el campo laboral, para desarrollar estrategias que puedan ayudar al desempeño de la práctica
2. Establecer actividades, las cuales permitan que el público interno conozca la labor realizada por el área.
3. Aplicar los conocimientos adquiridos en el transcurso de la carrera de Comunicación

Social y Periodismo.

## RECUPERACIÓN DEL PROCESO VIVIDO

A comienzos de febrero del 2019 se dio inicio a la práctica profesional en la empresa SER AMBIENTAL S.A. E.S.P. donde se partió de un análisis para establecer la necesidad de comunicación que tenía la empresa y así dar inicio al desarrollo de las fases de acuerdo al conocimiento adquirido en la academia para finalmente dar una solución a lo establecido. Al momento de ir resolviendo la primera fase de la praxis e ir avanzando y conociendo las otras áreas se conoció la falencia que tenía la compañía en cuanto a la comunicación interna, encontrando que como el área de Comunicaciones y Gestión Social llevaba poco tiempo, cuando los integrantes de la misma salían a cumplir y ejercer la labor de campo para que SER AMBIENTAL S.A. E.S.P. sea reconocida externamente, los demás colaboradores tenían un pensamiento negativo, respecto de lo que realmente el departamento hacía.

Por esa razón, se dio a la tarea de comunicar estratégicamente logrando alcanzar un resultado concreto, provocando que los colaboradores reaccionaran de alguna forma frente a lo que el área de Comunicaciones y Gestión Social hacen fuera de la empresa para darla a conocer y mejorar su servicio; se llegó a la deducción de que era necesario intervenir con boletines de prensa en la comunicación organizacional interna y generar mayor conocimiento en los colaboradores frente al trabajo realizado. No obstante, antes de llegar a esta estrategia, se tuvo en cuenta el método online, el cual encierra las redes sociales como Facebook entre otras; pero no era confiable en el sentido de que la información no llegaría inmediatamente a ellos por su restricción.

## REFLEXIÓN DE FONDO

Para la reflexión de fondo se estableció un análisis de debilidades y oportunidades durante el desarrollo de las fases en la práctica profesional.

### Debilidades

- El área de Comunicaciones y Gestión Social cuenta con un cronograma establecido y el tiempo con el que se contaba para desarrollar el proceso de práctica era poco.
- El área se ha enfocado más en la comunicación externa puesto que dentro de las funciones integradas la importancia radica en educar a las comunidades y que la empresa sea reconocida por su servicio de calidad.
- Las dependencias contaban con poco tiempo para contribuir con el desarrollo de la praxis.

### Oportunidades

- La primera y más importante oportunidad fue que SER AMBIENTAL S.A. E.S.P. le brindara un espacio a un comunicador social y periodista para desarrollar su práctica profesional, de no ser así no se hubieran podido realizar las tres fases de la praxis, ni tampoco la ejecución de esta sistematización.
- Se pudo lograr la finalidad gracias a que después de mucho tiempo se respondieron las encuestas por parte de los empleados de cada área.

- Tener el apoyo de dos comunicadores sociales graduados de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, en el desarrollo de la práctica profesional.

## **2.4 HERRAMIENTAS E INSTRUMENTOS**

En una sistematización es necesario contar con herramientas o instrumentos los cuales aporten a la ejecución de lo realizado en la práctica profesional, por ello se realizaron las encuestas como instrumento, dando paso a preguntas como:

- a. ¿Por qué medio les gustaría recibir información acerca de la labor realizada desde el área de Gestión Social?
  1. Sí
  2. No
- b. ¿Porque medio le gustaría recibir información?
  1. Digital
  2. físico
- c. ¿Cada cuánto le gustaría recibir información de lo realizado en el área de Comunicaciones y Gestión Social?
  1. Diario
  2. Semanal
  3. Quincenal
  4. Mensual

## 2.5 MATRIZ DE PLANEACIÓN

TIPO DE PRODUCTO	ACTIVIDAD A DESARROLLAR	OBJETIVO	RECURSOS	FECHA DE REALIZACIÓN	FECHA DE ENTREGA
INFORME UNO	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Descripción de la entidad.</li> <li>2. Forma de organización institucional</li> <li>3. Experiencias de comunicación que se han desarrollado en la entidad.</li> <li>4. Objeto de las experiencias, responsable(s) de planearlas y ejecutarlas.</li> <li>5. Papel que han cumplido los medios de comunicación en la institución</li> <li>6. Cumplimiento de expectativas a partir de la realización de tales experiencias.</li> <li>7. Concepto de comunicación que prevalece.</li> <li>8. Tipo de perfil de comunicador social deseado.</li> <li>9. Necesidades de la entidad desde el punto de vista comunicativo.</li> <li>10. Planteamiento del problema.</li> <li>11. Referente teórico conceptual de apoyo para el planteamiento del problema.</li> <li>12. Tipo de funciones que demanda la entidad.</li> <li>13. Forma de trabajo, horario convenido y plan de acción bimestral.</li> </ol>	<p>Proporcionar al estudiante una formación integral que trascienda las actividades teórico-prácticas desarrolladas en el aula, a través la aplicación de sus conocimientos en contextos propios de su profesión a fin de que afiance habilidades personales y profesionales y fortalezca las competencias requeridas en el ser y el quehacer del Comunicador Social y Periodista en el área de su práctica.</p>	<p>Computador Internet Manual de funciones</p>	<p>25 FEBRERO AL 14 DE MARZO</p>	<p>15 DE MARZO</p>
INFORME DOS	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Objetivo general de la práctica profesional</li> <li>2. Objetivos específicos de la práctica profesional</li> <li>3. Marco referencial del contexto institucional en el cual se ejecuta la práctica</li> <li>4. Análisis del problema que justifique una intervención desde la comunicación</li> <li>5. Beneficiarios del proyecto</li> <li>6. Descripción y jerarquización de actividades que llevarán a alcanzar los objetivos específicos y a contribuir en el logro del objetivo general</li> <li>7. Indicadores de medición</li> <li>8. Presupuesto requerido para el desarrollo de las actividades y/o de los productos comunicativos a elaborar</li> <li>9. Cronograma de actividades</li> </ol>	<p>Su carácter es más propositivo, pues se trata de enmarcar las necesidades de la entidad y el problema detectado dentro de un proyecto de comunicación que articule las destrezas o habilidades adquiridas en la formación superior del estudiante y el interés de posicionar el rol de comunicador social o periodista, como aquel que posee y puede transmitir competencias desde el ser, desde el saber y desde el saber hacer, frente a la realidad institucional. Las preguntas fundamentales en esta etapa del proceso son: ¿existe viabilidad para el proyecto? ¿La entidad cuenta con los recursos para el desarrollo de mi proyecto?</p>	<p>Computador Internet</p>	<p>18 DE MARZO AL 25 DE ABRIL</p>	<p>26 DE ABRIL</p>
INFORME FINAL	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Proceso de ejecución de las actividades</li> <li>2. Sistematización y análisis de los resultados obtenidos</li> <li>3. Reflexión en torno del ejercicio de la práctica profesional</li> </ol>	<p>Realización del boletín de prensa</p>		<p>29 DE ABRIL AL 23 DE MAYO</p>	<p>24 DE MAYO</p>

	4. Planteamiento de sugerencias y recomendaciones en torno de la proyección del comunicador social-periodista dentro de la entidad.				
VIDEO	Evidencias fotográficas y grabaciones de los eventos realizados por el practicante.	Resaltar las evidencias realizadas por el practicante, la opinión de la coordinadora de comunicaciones y gestión social y el Gerente General.	Celular, Cámara fotográfica videocámara  Computador  Programa de edición	25 DE MAYO AL 27 DE MAYO	28 DE MAYO

TABLA 4. MATRIZ DE PLANEACIÓN. Fuente Propia.

## 2.6 CARACTERÍSTICAS DEL BOLETÍN DE PRENSA

El boletín de prensa contó con un estilo vertical, apoyado de imágenes de evidencia, con información breve y concisa de las actividades realizadas por el área de Comunicaciones y Gestión Social, resaltando la información que es importante para cada área dentro de los temas tratados en las socializaciones, allí sobresaldrían los actores involucrados, como, Gerente general, Coordinadora de Comunicaciones y Gestión Social, auxiliares del área, y la comunidad. Se tuvo en cuenta imprimirlos cada quince días inicialmente a color pero por falta de material disponible se realizó a blanco y negro.

## 3. MODELO DE DIVULGACIÓN DE LA EXPERIENCIA

El modelo de divulgación que se usó en SER AMBIENTAL S.A. E.S.P., fueron los boletines de prensa, para dar a conocer las labores que se realizan desde el área de

comunicaciones y Gestión Social externamente, allí se incluyen todas las actividades que ha realizado el área o por lo menos las más relevantes como por ejemplo: las socializaciones de educación ambiental que generan impacto y además donde se abre un espacio para aclarar dudas e inconformidades a los usuarios referente al servicio; es allí donde se resalta el trabajo de facturación al momento de explicar el tema tarifario. Por tal motivo, esto es relevante en el clima organizacional para que cada dependencia tenga conocimiento el trabajo en equipo, sus actitudes y pensamientos mejoren frente al área.

### **3.1 RECONSTRUCCIÓN DE LA EXPERIENCIA**

A comienzos del 2019 en el mes de febrero se inició a la etapa práctica en la empresa de aseo SER AMBIENTAL S.A. E.S.P., desde allí se plantearía un proyecto para intervenir en la comunicación de la empresa ya fuera interna o externamente, de esta forma lograr mejorar la falencia frente a la comunicación externa aportándole algo a la compañía desde el conocimiento obtenido en la Corporación Universitaria Minuto de Dios en cuanto a comunicación estratégica, donde se tuvo conocimiento del manejo de la comunicación descendente, horizontal y ascendente, la comunicación interna, externa y su importancia.

Para comenzar la labor, se obtuvo conocimiento de que la práctica profesional fortalece la formación integral del estudiante por medio de su desarrollo social, humano y profesional, y de esta manera enriquece sus actitudes, habilidades y destrezas en el área de formación aplicado en la organización lo aprendido en el contexto de la carrera universitaria como Comunicador Social y Periodista

En este espacio se formuló, ejecutó y sistematizó un proyecto o estrategia de comunicación que fuera conforme con las necesidades de la empresa y así mismo, se pusieran en práctica las técnicas y lo adquirido profesionalmente. Para llevar a cabo la propuesta fue necesario seguir las fases facilitadas por la docente de prácticas de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, donde se irían obteniendo respuestas para lograr encontrar y desarrollar la problemática como proyecto.

Continuando conforme a lo requerido lo primero que se estableció fue describir a SER AMBIENTAL S.A. E.S.P. conocerla, saber que es una empresa encargada de la recolección de residuos sólidos domiciliarios en varios municipios de la región logrando posicionarse en el mercado por el buen servicio y por ofrecer calidad de vida a sus empleados; adicional tener en cuenta cuantas personas trabajan allí y ayudan a que cada día sea mejor.

Por lo tanto, a medida que se fue obteniendo todo este tipo de información no era menos importante conocer las herramientas manejadas desde el área de Comunicaciones y Gestión Social y como se habían venido desarrollando, incluso quienes eran los encargados de la ejecución de dichas tareas como: Socializaciones, donde se trabaja la comunicación externa de la empresa, cuñas radiales, allí se redacta el texto para enviarlo al medio de comunicación encargado, informes de cada actividad o evento que se realiza, tratando de llevar una secuencia y evitando errores estilísticos, gramaticales y ortográficos, los medios digitales que se actualizan constantemente las redes sociales como Facebook, Instagram y YouTube con el fin de aumentar seguidores y que estos conozcan la empresa, la realización de videos donde se aportan ideas para la creación y edición de material audiovisual referente a SER AMBIENTAL S.A. E.S.P., entrevistas,

las cuales se brindan a diversos medios de comunicación para que sean publicados en el municipio donde las solicitan para así tener conocimiento de cuál era el papel que venían desempeñando los medios de comunicación en la organización.

Así mismo, para centrar un punto de referencia al desarrollo del proyecto se haría un enfoque en las necesidades de SER AMBIENTAL S.A. E.S.P., desde el punto de vista comunicativo, encontrar una falencia que tuviera la empresa y ayudar a fortalecerla para consecutivamente plantear el problema e iniciar el desarrollo del mismo.

Se puede decir que destacando estas necesidades de la empresa y detectado el problema dentro del proyecto de comunicación se empiezan a observar los diversos e importantes puntos, si es viable, si existen recursos los cuales ayuden al desarrollo de lo planteado, por lo tanto se establecieron unos objetivos generales y específicos, con base en quién apoyaría la estrategia para tener un argumento válido y reforzar el desenlace del propósito, analizar cómo sería la intervención desde el área para que pudiera actuar de acuerdo a lo encontrado, que beneficios tendría la compañía con este proyecto para de esta manera lograr cumplir con el objetivo.

Al detallar y conocer lo necesario de SER AMBIENTAL S.A. E.S.P., se comenzó a trabajar sobre el cronograma de actividades, paso a paso se logró establecer que era y es de gran importancia fortalecer la comunicación interna puesto que, muchos colaboradores no conocen que es lo que se hace desde el área de Comunicaciones y Gestión Social para el mejoramiento continuo de la empresa, motivo por el cual se han llevado a cabo varias acciones para que sean conocidas las actividades que realiza la empresa, no obstante, tras un análisis de la locación y los empleados que conforman la entidad, se llegó a la

conclusión que para evidenciar el trabajo que se hace desde el área fuera de la organización, se deberían realizar Boletines de Prensa como estrategia de comunicación los cuales ayudarán a conocer la labor de los gestores dentro de la compañía, en donde los interlocutores o empleados de la organización tuvieran conocimiento de la labor que realiza el área para mejorar el clima organizacional y fortalecer la comunicación interna.

A su vez, se manejó de la siguiente forma: Primer paso, análisis de la empresa y que proyecto se ejecutaría de acuerdo al personal de cada área referente a la comunicación interna, segundo paso, Diseño y realización de encuestas para lograr obtener una mayor visión de lo establecido, tercer paso, obtención de resultado referente a la opinión de las áreas internas, cuarto paso, Se empieza a llevar a cabo el proyecto dentro de la empresa, implementando los boletines de acuerdo a los resultados. Los cuales fueron positivos, en vista que a la fecha los integrantes de las diversas áreas de la empresa tienen conocimiento respecto a la labor del área de Comunicaciones y Gestión Social.

### **3.2 MOMENTOS HISTÓRICOS Y EXPERIENCIAS**

Cabe resaltar que durante la práctica profesional hubo tres momentos específicos y a los que se puede llamar históricos, desde que se dio inicio a la búsqueda de la necesidad de comunicación en SER AMBIENTAL S.A. E.S.P.

En la primera fase se desarrollaron actividades que permitieron un mejor conocimiento de la entidad, al momento de describirla, de saber cómo es su diagrama organizacional donde se destacan sus integrantes y los cargos desempeñados por cada colaborador, que



3. Experiencias de comunicación que se han desarrollado en la entidad.

Socializaciones, cuñas radiales, redacción de informes, se manejan Medios digitales, se verifica la realización de videos, se brindan entrevistas a diversos medios de comunicación y se toma registro fotográfico tras cada actividad realizada dentro y fuera de la oficina enmarcadas en el área de Gestión Social.

4. Objeto de las experiencias, responsable(s) de planearlas y ejecutarlas.

- Socializaciones: se trabaja la comunicación externa de la empresa.
- cuñas radiales: se redacta el texto para enviarlo al medio de comunicación encargado.
- Informes de cada actividad o evento que se realiza, tratando de llevar una secuencia y evitando errores estilísticos, gramaticales y ortográficos.
- Medios digitales: se actualizan constantemente las redes sociales como Facebook e Instagram, con el fin de aumentar seguidores y que estos conozcan la empresa.
- Realización de videos: se aportan ideas para la creación y edición de material audiovisual referente a SER AMBIENTAL S.A. E.S.P.
- Entrevistas: se brindan a diversos medios de comunicación para que sean publicados en el municipio donde las solicitan.

- Registro fotográfico: Se capturan momentos para dejar evidencia de cada actividad realizada dentro y fuera de la oficina para apoyar la redacción del informe.

5. Papel que han cumplido los medios de comunicación en la institución.

Por medio de las pautas que se realizan con diversos medios de comunicación, se permite que el trabajo de SER AMBIENTAL S.A. E.S.P. sea visible también de forma positiva, evidenciando campañas como: “Enllántate con Divertillantas”, “La Reciclatón”, “Tuquilio al parque”, y diversos proyectos liderados por la organización y el área de Gestión Social.

6. Cumplimiento de expectativas a partir de la realización de tales experiencias.

Ha dado un gran impacto con la comunidad debido a que los usuarios cada día son más conscientes mediante las actividades que el equipo de Gestión Social realiza y de igual manera los medios de comunicación influyen positivamente para culturizar a los habitantes del municipio donde se presta el servicio, puesto que su alcance es mayor.

7. Concepto de comunicación que prevalece.

SER AMBIENTAL S.A. E.S.P. se manejan los tipos de comunicación interna y externa, dentro de la interna se evidencia la comunicación ascendente puesto que tanto el Jefe de Área como el Gerente General siempre están prestos a escuchar y recibir propuestas por

parte de los colaboradores, de igual manera una comunicación descendente, que viene dirigida desde el Gerente General hacia los colaboradores. En cuanto a la parte externa también se maneja la comunicación ascendente y descendente, al momento de realizar acercamiento e interactuar con la comunidad para tratar de mejorar el servicio de la empresa.

8. Tipo de perfil de comunicador social deseado.

El tipo de perfil que se maneja en la empresa es de un comunicador integro, con valores, que sea capaz de aportar ideas novedosas

9. Necesidades de la entidad desde el punto de vista comunicativo.

La necesidad radica en que tanto los usuarios como los colaboradores de la empresa tengan conocimiento de todo lo que se realiza en el área de Comunicaciones y Gestión Social. Por esta razón se propone generar boletines de prensa quincenales los cuales den ese conocimiento que se dentro y fuera de la entidad.

10. Referente teórico conceptual de apoyo para el planteamiento del problema.

**Edward Louis Bernays:** nació en Viena, Austria el 22 de noviembre de 1891– murió Cambridge, Massachusetts, Estados Unidos el 9 de marzo de 1995). Fue un publicista, periodista e inventor de la teoría de la propaganda y las relaciones públicas. Pionero en las

investigaciones situacionales al momento de llevar a cabo una acción estratégica, buscando aumentar la competitividad empresarial. Esto se debe al conocimiento e interés por estudiar la fuerza de la opinión pública y sus consecuencias. En el año 1923 publica el primer libro sobre la profesión, llamado *Crystallizing Public Opinion*, donde habla sobre la fuerza que tiene la opinión pública, y cómo esta puede influir tanto en el éxito, como en el fracaso de ciertas instituciones. Además, resalta que es esta, quien juzga el actuar de las organizaciones.

Este autor se basa en ocho etapas:

- Definir los objetivos
- Investigar a los públicos
- Modificar los objetivos para conseguir las metas realmente alcanzables
- Decidir la estrategia a realizar
- Crear y desarrollar el mensaje
- Programar detalladamente la acción y la organización necesaria para ejecutarla
- Especificar el plan táctico y su programación temporal
- Desarrollar las tácticas previamente contemporáneas

11. Tipo de funciones que demanda la entidad.

- Liderar la gestión social con la comunidad de zonas de influencia con el fin de generar conciencia ambiental.
  - **Campañas de gestión social en comunidades**
  - **Registro de actividades realizadas**
  - **Actualización de software**

- Adelantar campañas con las comunidades del área de influencia de la empresa, creando valoración por el trabajo y la protección del medio ambiente.
- Coordinar y ejecutar campañas programadas bajo el esquema de Gestión Social liderado por la Gerencia de Gestión Social, cumpliendo con el programa definido mensualmente por la organización.
- Coordinar las actividades lúdicas pedagógicas en comunidades, instituciones educativas entre otras.
- Coordinar las jornadas de intervención comunitaria: recolección de inservibles, campañas de aseo, entre otros.
- Adelantar las campañas de concientización que complementan la erradicación de puntos críticos.
- Participar en la educación formal en las instituciones educativas del área de influencia, a través de los PRAES y PRAUS.
- Promocionar los deberes y derechos del ciudadano con relación al manejo adecuado de los residuos sólidos en la ciudad.
- Incentivar el trabajo interinstitucional con las entidades involucradas en el tema de residuos sólidos.
- Validar los registros correspondientes a la actividad que se desarrolló.
- Controlar la actualización en el Software de las actividades realizadas.
- Fortalecer las relaciones con los vecinos de la base operativa.
- Liderar el acompañamiento para la fidelización de los usuarios.
- Coordinar la atención a PQR de Gestión Social.

- Elaborar y enviar a la Coordinación Comercial y Gerencia de Área el reporte de los cambios encontrados en los inmuebles de los clientes visitados y hacer seguimiento a que estos cambios se apliquen en el sistema.
- Informe mensual de resultados del Área.
- Informe Anual de Gestión del Área de Ventas

### **Mejoramiento Continuo**

- Identificar e implementar oportunidades de mejora en los procesos de la Compañía.
- **Oportunidades de mejora documentadas e implementadas.**
- **Indicadores de medición definidos con planes de acción para el mantenimiento y/o mejoramiento.**

### **Cumplimiento a la normatividad interna**

- Dar cumplimiento a la normatividad interna de SER AMBIENTAL S.A. E.S.P. establecida en lineamientos directivos, procedimientos y demás documentación del sistema de gestión de calidad y normatividad aplicable que indiquen las reglas para la operación, cumplimiento de la misión, manejo ambiental, seguridad y salud en el trabajo, participando activamente en su construcción e implementación.

### **Otras actividades asignadas**

- Realizar las demás actividades que le asigne el jefe inmediato que sean congruentes con el propósito del cargo, con el fin de dar cumplimiento a los objetivos, del área y puesto de trabajo.

12. Forma de trabajo, horario convenido y plan de acción bimestral.

Los boletines de prensa se efectuarán de acuerdo a cada evento o actividad que se realiza desde el área de Gestión Social, cada quince días durante el día se le hará entrega de forma física a cada una de las dependencias dentro de la empresa para que corroboren el importante trabajo que realizamos fuera de ella.

La segunda fase fue cuando se establecieron los objetivos, se realizó el cronograma de trabajo, se analizó el problema, se describieron las actividades a realizar y después de todo ese proceso la realización del boletín de prensa para informar a las personas de cada dependencia fortaleciendo de cierto modo la comunicación interna.

1. Marco referencial del contexto institucional en el cual se ejecuta la práctica.

‘Ser Ambiental es Tecnología es Calidad de Vida’. Esta última, calidad de vida, se relaciona en la institución al momento de querer satisfacer las necesidades de sus colaboradores y de igual manera, de sus usuarios. Es lo que permite que la empresa atienda sus requerimientos y vele por sus recursos; por lo tanto, se buscan estrategias para lograr gestionar y llevar a cabo procesos que ayuden a crecer la entidad de acuerdo a la transformación social desde la comunicación, esto involucra esa flexibilidad para adaptarse a cualquier tipo de procedimiento, atendiendo sus necesidades. Por esta razón es importante que los empleados adquieran un poco más de información acerca de lo que se hace en la empresa desde el área de Gestión Social, conociendo por medio del boletín de prensa todas aquellas campañas que se realizan (Enllántate con Divertillantas, Yo Hago

Mi Parte, Superhéroe del buen trato, No más manos pinchadas, Muratón, Naturalmente Arte en tu ciudad, Educación ambiental- manejo de residuos sólidos, entre otras) en los diversos municipios donde se presta el servicio y que de alguna manera influyen en el crecimiento de SER AMBIENTAL S.A. E.S.P.

## 2. Análisis del problema que justifique una intervención desde la comunicación.

SER AMBIENTAL S.A. E.S.P. es una empresa que siempre se ha preocupado por sus colaboradores, pero se tiene en cuenta que no todas las áreas conocen las labores que se realizan a diario desde el área de Comunicaciones y Gestión Social, por esta razón se quiere hacer una intervención en esta problemática con los boletines de prensa; los cuales brindarán información del trabajo desempeñado desde esta área al momento de desplazarse al trabajo de campo.

## 3. Beneficiarios del proyecto

La empresa SER AMBIENTAL S.A. E.S.P., y la Corporación Universitaria Minuto de Dios seccional Girardot, puesto que, quedará plasmado un documento en el cual se demuestre la labor realizada por el practicante de la facultad de Comunicación Social y Periodismo, que dé cuenta de los conocimientos adquiridos y la capacidad que tienen los estudiantes de la universidad al momento de ejercer en su campo laboral.

#### 4. Estrategia metodológica.

Este proyecto se implementará con un enfoque mixto puesto que al momento de realizar las encuestas y tabularlas se dirige a lo cuantitativo, y cualitativo, al momento del desarrollo del proyecto de investigación para poder dejar un documento palpable que dejará evidencia de los requerimientos de los empleados de SERAMBIENTAL S.A. E.S.P., y así dar una posible respuesta a la pregunta problema. Así mismo, se tomará como un tipo de acción participativa trabajando de la mano con los colaboradores de cada área; donde se busca que ellos sean los que colaboren en la creación de los diversos contenidos para el boletín de prensa.

#### 5. Indicadores de medición.

Qué se quiere medir	¿Cómo se puede medir
Información interna Que los colaboradores tengan información del trabajo de campo que se hace fuera de la empresa desde el área de Gestión Social.	La cantidad de los colaboradores de cada área
Estrategias Desarrollar boletines de prensa para brindar información de la compañía a los empleados del área administrativa.	Cantidad de boletines de prensa.

Proceso	El número de días
Actividades realizadas en el trabajo de campo	

6. Cronograma de actividades (VER ANEXO 1.)

La tercera y última fase fue como la Comunicadora Social y Periodista de la Corporación Universitaria Minuto de Dios realizó el primer boletín de prensa, dándolo a conocer a sus compañeros de trabajo, incluyendo en él las evidencias fotográficas tomadas en el momento de la labor realizada, teniendo en cuenta evitar, errores gramaticales, estilísticos y ortográficos. Este fue un gran momento en la praxis porque de algún modo se tuvo buena recepción por parte de los colaboradores y con ello llegar a un logro adquirido por la estudiante. De igual forma la comunicación interna hay que seguirla trabajando y reforzarla en la empresa SER AMBIENTAL S.A. E.S.P.

1. Proceso de ejecución de las actividades.

Para la ejecución de las prácticas profesionales en SER AMBIENTAL S.A. E.S.P. se planteó un proyecto de comunicación interna, con el fin de que la labor de Gestión Social sea más visibilizada en las demás áreas, por lo que se pensó en un análisis por medio de encuestas para saber cómo les gustaría obtener la información del gestor y sus auxiliares; a lo que respondieron que la manera más pertinente de saber tal gestión era por medio de boletines de

prensa ya que serían inmediatamente leídos, acción que no se podría hacer mediante correo electrónico debido a que por la aglomeración de mensajes que llegan a diario esta acción periodística se perdería.

2. Sistematización y análisis de los resultados obtenidos

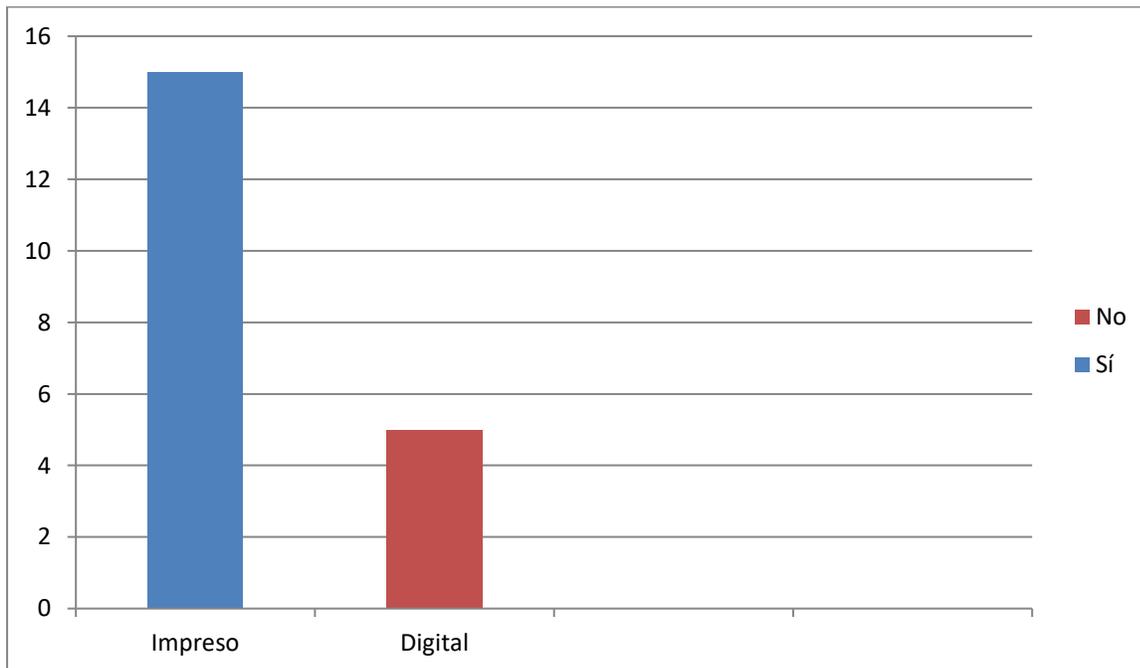
3.

Primer paso: Análisis de la empresa y que proyecto se ejecutaría de acuerdo al personal de cada área referente a la comunicación interna.

Segundo paso: Diseño y realización de encuestas para lograr obtener una mayor visión de lo establecido.

Ejemplo:

d. ¿Por qué medio les gustaría recibir información acerca de la labor realizada desde el área de Gestión Social?



Tercer paso: Obtención de resultado referente a la opinión de las áreas internas.

Cuarto paso: Se empieza a llevar a cabo el proyecto dentro de la empresa, implementando los boletines de acuerdo a los resultados.

Los resultados de los boletines de prensa han sido positivos, en vista que a la fecha los integrantes de las diversas áreas de la empresa tienen conocimiento respecto a la labor del área de Gestión Social.

### **3. Reflexión en torno del ejercicio de la práctica profesional**

Realizar la práctica profesional en SER AMBIENTAL S.A. E.S.P. es una experiencia gratificante para mi vida personal y profesional, puesto que, logró ampliar mis expectativas frente al campo de la comunicación social y el periodismo; en cuanto a que no se conoce la comunicación desde un solo punto, sino desde otra perspectiva la cual es el ejercicio de acercarse a una comunidad, a una institución educativa, tener esa interacción con las personas y saber su posición o pensamiento frente al servicio que se les presta y a la contribución con el medio ambiente.

Adicionalmente, desde el área de Gestión social nos hemos encargado de sensibilizar a las comunidades, respecto al tema de separación en la fuente, con el fin de educar y concientizar a los habitantes de los diversos municipios donde se extiende la labor de la empresa; generando así un impacto social y ambiental. De igual forma, esta huella que se ha ido dejando no ha sido enfocada en la parte externa únicamente, también se ha logrado en el público interno, dando a conocer el arduo trabajo y la excelente labor dentro del área por medio de la cartelera informativa y de los medios digitales (Facebook, Instagram).

Para finalizar, es preciso mencionar que las actividades realizadas, son plasmadas en un informe, en el cual se hace una retroalimentación del trabajo de campo ejecutado, reforzando y evidenciando que realmente se cumple con lo establecido en el cronograma de trabajo.

#### **4. Planteamiento de sugerencias y recomendaciones en torno de la proyección del comunicador social-periodista dentro de la entidad.**

La labor del Comunicador Social y Periodista dentro de SER AMBIENTAL S.A. E.S.P. es muy importante puesto que, en torno a esta área se evidencia toda la labor de la empresa con la comunidad. Además, es el medio por donde se conoce cuáles deben ser los puntos que se pueden mejorar, para de esta forma prestar un mejor servicio en las demás plazas de la compañía respondiendo las incógnitas que tienen los usuarios frente al servicio.

Por esa razón, es evidente que se necesita la implementación de equipos propios como una cámara para poder llevar a cabo el proceso de evidencia fotográfica, además de la fílmica de las socializaciones y reuniones que se ejecuten durante el trabajo de campo.

Por otro lado, en la cuestión relacionada con comunicación interna es preciso resaltar que en ocasiones la comunicación entre el Gestor Social y los Auxiliares se pierde, debido a la cantidad de labores como campañas y socializaciones que tiene el área en su día a día, por lo que se sugiere que se realicen reuniones semanales donde se puedan socializar los procesos de las comunidades y las programaciones extracurriculares que llegan por parte de los PQR o la gerencia.

### **3.3 PRINCIPALES HITOS O HECHOS RELEVANTES**

El hito o hecho relevante durante la práctica de la estudiante de comunicación social periodismo en SER AMBIENTAL S.A. E.S.P. se da desde el momento en el que entró a la empresa de Aseo, logrando destacar que no solo la carrera realizada es para presentación, locución o redacción sino que hay otra cara y es la comunicación organizacional, la cual es sumamente importante en el siglo XXI, descubriendo que la comunicación ayuda a fortalecer a una compañía interna y externamente llevándola a su progreso o decadencia. A primera vista la empresa no tenía ninguna necesidad de comunicación, pero al momento de llegar una persona con conocimientos académicos forjados en la Corporación Universitaria Minuto de Dios a realizar una intervención frente al tema, se logra obtener que, aunque la compañía cuenta con un área de Comunicaciones, siempre hace falta algo para ser cada día mejor. De esta forma y con todo un proceso, asimismo se logró mejorar la apreciación que tenía de los auxiliares de Comunicación y Gestión Social al momento de salir de la empresa al trabajo de campo, a instancias de tener una mejor recepción por parte de las demás dependencias al leer los boletines de prensa y obtener información.

#### **4. APRENDIZAJES**

De la experiencia adquirida en SER AMBIENTAL S.A. E.S.P. se aprendió no solo a ampliar el conocimiento permitiendo un crecimiento personal, sino a enfrentarse a nuevos desafíos, como el pasar la mayor parte del tiempo laborando, buscando estrategias de mejoramiento referente a lo que ya se conoce desde la academia y teniendo contacto con otras personas, allí desarrollaron una serie de competencias frente a la comunicación, reforzando cada acción realizada desde el área de Comunicaciones y Gestión Social y favoreciendo la motivación personal de los demás colaboradores.

El aprendizaje de un Comunicador Social y Periodista nunca se detiene, aunque es de vital importancia el papel que desempeña la academia, porque es donde nacen los cimientos, para construir teoría. La ejecución de una práctica permite al estudiante enfrentarse a adversidades reales encontrando y resolviendo problemas, para de esta manera fortalecer sus conocimientos.

El mundo de saberes de la academia es de gran interés para encontrar las herramientas que utilizará un profesional, mas no es un epicentro de experiencias donde a través de las cátedras se tenga en cuenta lo que puede ocurrir en el mundo profesional.

SER AMBIENTAL S.A. E.S.P. es la plaza perfecta para: dar a conocer la labor de un Comunicador Social y Periodista dentro de la compañía, la creación y ejecución de proyectos elaboradas por el estudiante que permitió a la empresa rectificar la importancia

sobre el cuidado del medio ambiente y el posicionamiento de la marca externamente.

Cabe resaltar que un profesional de esta rama está capacitado para ejecutar diversas actividades y afrontar diferentes factores donde se pueda establecer la comunicación.

El fortalecimiento de la comunicación interna, permite evidenciar que la observación y el análisis cumplen un rol importante al momento de ejecutar todo proceso de intervención para conocer y reforzar las herramientas que se tiene de comunicación las cuales fueron adquiridas en la academia; esto permite que el área de Comunicaciones y Gestión social sea una dependencia visible dentro de la organización.

Tras la experiencia recopilada se puede estimar que uno de los mayores aprendizajes fue lograr aplicar 5 años de teoría en una compañía que cuenta con un área de comunicaciones donde se brindó el buen desempeño de la práctica.

#### **4.1 APORTES SIGNIFICATIVOS DE LA EXPERIENCIA EN LO HUMANO**

Al momento del estudiante llegar al área de comunicaciones en una empresa siempre se preguntará si lo hará bien, pero todo es cuestión de tener confianza en sí mismo.

Adaptarse a un nuevo entorno donde se va a desempeñar lo aprendido en la Universidad no es fácil, pero cuando se obtienen buenos resultados en lo que se ha realizado, es satisfactorio y reconforta decir se hizo.

Es una experiencia personal, humana, saber que no se iba a la universidad solo a tomar asiento sino a recibir esa lluvia de conocimiento que los docentes por duros que

perecieran, lo que hacían era preparar al profesional para cuando estuvieran afuera, un mundo totalmente diferente, donde se encuentra con personas de todo tipo de temperamentos que se convierten en una familia, puesto que el estudiante pasaba todo el día ejerciendo su labor y aprendiendo cada día más de su práctica en SER AMBIENTAL S.A. E.S.P.

Las bases de comunicación fueron gratamente aceptadas al explotar el conocimiento, pero también aprendes que el trabajo que se realiza se hace con amor, con dedicación, responsabilidad y no se toma como una labor cuando gusta lo que se hace.

#### **4.2 APORTES SIGNIFICATIVOS EN LO SOCIAL**

Un Comunicador Social y Periodista, debe ser amable, saber tratar a sus compañeros de trabajo, usuarios y personas externas a la compañía en la que se desempeña; comenzando con el respeto y destacando su ética profesional, puesto que hay información que no se debe divulgar a cualquier persona.

Así mismo, hay que aprender a manejar las diversas situaciones que se presentan en la empresa logrando por medio de la comunicación interna un equilibrio, intercediendo en el clima organizacional, ya que si este mejora las acciones, aptitudes y responsabilidades de las personas de las áreas administrativas se convierten prácticamente en una sola, porque se desarrollaría el trabajo en equipo y logran apoyarse en el área de Comunicaciones y Gestión Social para llegar a un solo objetivo, que es cumplir con la visión la cual es

consolidarse como la única empresa prestadora del servicio integral de aseo y servicios complementarios, orientada a la satisfacción del usuario, posicionándose como modelo y líder de la región; y la misión de SER AMBIENTAL S.A. E.S.P., que resalta ser una empresa dedicada a la prestación del servicio integral de aseo y servicios complementarios, que busca satisfacer a la comunidad, mejorar el medio ambiente y la calidad de vida de las generaciones presentes y futuras.

Cabe resaltar que cuando se trabaja el clima organizacional, se logran mejorar las relaciones laborales y personales, reparando el ambiente en la empresa; por medio de un análisis crítico, donde se reconoce cada dependencia para establecer el tiempo de cada persona y desempeñar la labor.

#### **4.3 PRINCIPALES APRENDIZAJES PARA EL PERFIL PROFESIONAL**

Realizar la práctica profesional en SER AMBIENTAL S.A. E.S.P. fue una experiencia gratificante para mi vida profesional, puesto que, logró ampliar mis expectativas frente al campo de la comunicación social y el periodismo; en cuanto a que no se conoce la comunicación desde un solo punto, sino desde otra perspectiva la cual es el ejercicio de acercarse a una comunidad, a una institución educativa, tener esa interacción con las personas y saber su posición o pensamiento frente al servicio que se les presta y a la contribución con el medio ambiente.

Adicionalmente, desde el área de Comunicaciones y Gestión social nos hemos encargado de sensibilizar a las comunidades, respecto al tema de separación en la fuente, con el fin de educar y concientizar a los habitantes de los diversos municipios donde se extiende la

labor de la empresa; generando así un impacto social y ambiental. De igual forma, esta huella que se ha ido dejando no ha sido enfocada en la parte externa únicamente, también se ha logrado en **el público** interno, dando a conocer el arduo trabajo y la excelente labor dentro del área por medio de la cartelera informativa y de los medios digitales (Facebook, Instagram).

Para finalizar, es preciso mencionar que las actividades realizadas, son plasmadas en un informe, en el cual se hace una retroalimentación del trabajo de campo ejecutado, reforzando y evidenciando que realmente se cumple con lo establecido en el cronograma de trabajo.

#### **4.4 APRENDIZAJES ABORDADOS DESDE LA PERSPECTIVA DE LA SOCIALIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA**

En este punto se destaca como por medio de lo aprendido en la Corporación Universitaria Minuto de Dios, se logró dar desarrollo al proyecto establecido en las prácticas profesionales y su acogida por parte de los demás empleados de SER AMBIENTAL S.A. E.S.P.

Así mismo, cabe resaltar que al momento de realizar Socializaciones, cuñas radiales, redacción de informes, el manejo de Medios digitales, registro fotográfico tras cada actividad realizada dentro y fuera de la oficina enmarcadas en el área de Comunicaciones y Gestión Social, se tuvo un buen desempeño laboral interno y

externo, dejando ver las habilidades y conocimientos adquiridos en la academia, donde el Gerente General de la compañía exalta la labor del profesional en formación durante su periodo de prácticas

## **5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

Para concluir, cabe destacar que la comunicación interna es un inicio para el fortalecimiento del área de Comunicaciones y Gestión Social; por tal motivo se requieren más estrategias de comunicaciones, como actividades dinámicas e integraciones que sigan contribuyendo a reforzar la gestión realizada, en vista de que es prudente que no solo el área administrativa tenga conocimiento respecto de lo que hace el departamento, sino que los 600 empleados que contrata SER AMBIENTAL S.A. E.S.P, tengan noción de ello con el fin de conocer el trabajo del área y a la empresa.

En este camino de experiencias vividas y adquiridas, es preciso resaltar que SER AMBIENTAL S.A. E.S.P. es una plaza con miles de posibilidades para que el comunicador social y periodista pueda aplicar toda la teoría que se ve en el claustro universitario, compartiéndolo y debatiéndolo con diversos profesionales de la misma o diferentes ramas que tienen el mismo objetivo dentro la organización y es posicionar a la empresa de aseo como líder en la región, prestando un excelente servicio de calidad.

Por tal motivo, es grato dar a conocer esta experiencia, puesto que es algo palpable para el profesional en formación; reconocer que no existen barreras para desempeñar

la carrera, solo mentes pobres que se centran en la idea de que estudiar Comunicación Social y Periodismo solo es para ser presentador de televisión o locutor en una emisora, y entran con este estigma, a la academia. Por ello, es importante que muchos estudiantes que hasta ahora inician este camino, se den cuenta que hay algo más con lo que muchas empresas cuentan y es la comunicación organizacional, donde un área de comunicaciones llega a ser el todo o nada de la compañía.

## 6. BIBLIOGRAFIA

Avalos, M. (2016) *Charles Redding y las premisas básicas de la comunicación organizacional*. <http://www.marcocarlosavalos.com/comunicacion-organizacional/2016/5/4/8-charles-redding-y-las-premisas-bsicas-de-la-comunicacion-organizacional>

Balarezo, B. (2012) *Compromiso y competitividad en las organizaciones*. Ambato-Ecuador. [https://issuu.com/publicacions-urv/docs/compromiso\\_competitividad](https://issuu.com/publicacions-urv/docs/compromiso_competitividad)

Chávez, L. (2016) *Modelo de comportamiento organizacional en la educación superior tecnológica, para los institutos tecnológicos descentralizados del estado de Michoacán*. Michoacán. <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2016/lcc/#indice>

Contreras, H. (12 de 10 de 2012). RRPP Net Porat. Recuperado el 13 de 05 de 2013, de <http://rrppnet.com.ar/comorganizacional.htm>

Gómez, R. (2008) *El liderazgo empresarial para la innovación tecnológica en las micro, pequeñas y medianas empresa*. Barranquilla-Colombia.

[http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1657-62762008000100007](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762008000100007)

Jara, O. (2004) *La sistematización, una nueva mirada a nuestras prácticas*. Lankopi. Bilbao.

Molina, H. (2000) *Establecimiento de metas, comportamiento y desempeño*. Cali,

Colombia. [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0123-59232000000200002](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-59232000000200002)

Palacios, J. (2015) *Historia y avances en la investigación en comunicación organizacional*. Colombia [file:///C:/Users/AuxGestion/Downloads/Dialnet-](file:///C:/Users/AuxGestion/Downloads/Dialnet-HistoriaYAvancesEnLaInvestigacionEnComunicacionOrg-5301979.pdf)

[HistoriaYAvancesEnLaInvestigacionEnComunicacionOrg-5301979.pdf](file:///C:/Users/AuxGestion/Downloads/Dialnet-HistoriaYAvancesEnLaInvestigacionEnComunicacionOrg-5301979.pdf)

Rodríguez, A. (2016) *La comunicación dentro de las organizaciones*. Bogotá D.C.

<https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/14976/RODRIGUEZ%20MORALESANGELA%20YOJANA2016.pdf;jsessionid=004C5C9EF1982AECF0DB03028395F331?sequence=5>

Ruiz, C. (2011) *La comunicación en las organizaciones*. Matanzas-Cuba.

<http://monografias.umcc.cu/monos/2011/CIENCIAS%20SOCIALES%20Y%20HUMANISTICAS/mo11f15.pdf>

## 7. ANEXOS

- ANEXO 1.

### Cronograma de actividades

<b>FEBRERO</b>				
<b>FECHA Y HORA</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>MUNICIPIO</b>	<b>LUGAR</b>	<b>RESPONSABLE</b>
<b>Martes</b> 5/02/2019 - 8:00 – 12:00 p.m.	<b>Campañas de educación ambiental- manejo de residuos sólidos- Tuquilio.</b>  <b>Entrega de volantes</b>	<b>Tocaima</b>	<b>Parque principal</b>	<b>Gestión Social</b>
<b>Miércoles</b> 6/02/2019 - 8:00 – 12:00 p.m.	<b>Visualización de puntos críticos.</b>	<b>Melgar</b>	<b>Municipio</b>	<b>Gestión Social</b>
<b>Jueves</b> 7/02/2019 - 8:00 – 12:00 p.m.	<b>Campañas de educación ambiental- manejo de residuos sólidos, entregar cartas.</b>	<b>Agua de Dios</b>	<b>Parque principal</b>	<b>Gestión Social</b>
<b>Jueves</b> 7/02/2019 - 8:00 – 5:00 p.m.	<b>Socialización con personal de servicios generales</b>	<b>Mesa Yeguas</b>	<b>Club social Mesa de Yeguas</b>	<b>Gestión Social</b>
<b>Viernes</b> 8/02/2019 - 4:00 – 5:00 p.m.	<b>Jornada de la escoba</b>	<b>Ricaurte</b>	<b>Por establecer</b>	<b>Gestión Social</b>

<b>Lunes</b> 11/02/2019 - 9:00 – 12:00 M	<b>Puerta a puerta</b>	<b>El Espinal</b>	<b>Luis Carlos Galán</b> <b>Alcaldía</b>	<b>Gestión Social Y</b> <b>cuadrante limpio</b>
<b>Martes</b> 12/02/2019 - 2:00 – 5:00 p.m.	<b>Puerta a puerta,</b> <b>campañas de</b> <b>educación</b> <b>ambiental- manejo</b> <b>de residuos sólidos</b>	<b>Melgar</b>	<b>Sicomoro- La</b> <b>Gallera</b>	<b>Gestión Social,</b> <b>cuadrante limpio</b> <b>y presidente de</b> <b>junta</b>
<b>Miércoles</b> 13/02/2019 - 2:00 – 5:00 p.m.	<b>campañas de</b> <b>educación</b> <b>ambiental- manejo</b> <b>de residuos sólidos</b>	<b>Melgar</b>	<b>Sicomoro- La</b> <b>Gallera</b>	<b>Gestión Social</b>
<b>Jueves</b> 14/02/2019 - 8:00 a.m. – 1:00 p.m.  2:00 p.m. – 4:00 p.m.	<b>Actividad de la</b> <b>alcaldía y policía</b> <b>ambiental</b>  <b>Hospital Herrera</b> <b>Restrepo</b>	<b>Agua de Dios</b>	<b>Parque principal</b>  <b>sanatorio</b>	<b>Alcaldía – apoyo</b> <b>gestión social</b>  <b>Gestión social</b>
<b>Viernes</b> 15/02/2019.	<b>Informes</b>	<b>Girardot</b>	<b>OFICINA</b>	<b>Gestión Social</b>
<b>Sábado</b> 16/02/2019 - 8:00 a.m. – 11:00 p.m.	<b>INFORMES</b>	<b>Girardot</b>	<b>oficina</b>	<b>Gestión Social</b>
<b>Lunes</b> 18/02/2019 - 8:00 – 12:00 p.m.	<b>CARTAS COLEGIOS,</b> <b>JUNTAS DE ACCIÓN</b> <b>COMUNAL ,</b> <b>PERMISO CASA</b> <b>CULTURA</b>	<b>Espinal</b>	<b>INSTITUCIONES</b> <b>EDUCATIVAS,</b> <b>AUDITORIO J.A.C</b>	<b>Gestión Social</b>

<b>Martes</b> 19/02/2019 -9:00	<b>REUNIÓN PRESIDENTES DE JUNTA DE ACCIÓN, COMUNAL</b>	<b>Melgar</b>	<b>CONCEJO Municipal,</b>	<b>Gestión Social</b>
19/02/2019 -9:00	<b>ENTREGA DE CARTAS A INSTITUCIONES EDUCATIVAS</b>	<b>Melgar</b>	<b>INSTITUCIONES EDUCATIVAS</b>	<b>Gestión social</b>
19/02/2019 -2:00 A 5:00	<b>, PUERTA A PUERTA</b>	<b>Melgar</b>	<b>Las Vegas</b>	<b>Gestión social, cuadrante limpio</b>
<b>Miércoles</b> 20/02/2019 - 8:00 A 12:00	<b>SOCIALIZACIONES PUERTA A PUERTA, RECORRIDO</b>	<b>GUAMO</b>	<b>ALFONSO LÓPEZ</b>	<b>Gestión social</b>
<b>Jueves</b> 21/02/2019 - 10:00 – 12:00 p.m.	<b>REUNIÓN DE PRESIDENTES DE JUNTAS</b>	<b>El Espinal</b>	<b>CASA DE LA CULTURA</b>	<b>Gestión Social</b>
<b>Viernes</b> 22/02/2019 - 4:00 – 5:00 p.m.	<b>Día internacional de control Biológico</b>  <b>Socialización de riesgos biológicos</b>	<b>Girardot</b>	<b>Unidad oftalmológica de Alta Tecnología</b>  <b>(llamar)</b>	<b>Gestión Social</b>
<b>Sábado</b> 23/02/2019 8:00 – 11:00 p.m.	<b>3:00 p.m. Reunión en las veredas San Lorenzo y 10:00 Zumbamicos.</b>	<b>Girardot</b>	<b>San Lorenzo y zumbamicos</b>	<b>Gestión Social</b>
<b>Lunes</b> 25/02/2019 - 4:00 – 5:00 p.m.	<b>campañas de educación ambiental- manejo de residuos sólidos</b>	<b>El Espinal</b>	<b>Barrio Villa Paz</b>	<b>Gestión Social</b>

<b>Martes</b> 26/02/2019 - 8:00 – 10:00 p.m.	<b>campañas de educación ambiental- manejo de residuos sólidos</b>	<b>Melgar</b>	<b>Institución educativa Santa Rosa de Lima</b>	<b>Gestión Social</b>
<b>Martes</b> 26/02/2019 - 8:00 – 10:00 p.m.	<b>campañas de educación ambiental- manejo de residuos sólidos</b>	<b>Melgar</b>	<b>Barrio Galán y Brisas</b>	<b>Gestión social</b>
<b>Miércoles</b> 27/02/2019 - 9:00 – 12:00 p.m.	<b>campañas de educación ambiental- manejo de residuos sólidos</b>	<b>El Guamo</b>	<b>Barrio El Carmen</b>	<b>Gestión Social</b>
<b>Miércoles</b> 27/02/2019 - 2:00 – 5:00 p.m.	<b>Entrega de cartas presidentes de J.A.C. dependencias de la alcaldía y permiso, recibido con</b>	<b>Melgar</b>	<b>Alcaldía y PQR</b>	<b>Gestión social y aforador</b>
<b>Jueves</b> 28/02/2019 - 8:00 – 5:00 p.m.	<b>campañas de educación ambiental- manejo de residuos sólidos</b>	<b>Chiquinquirá</b>	<b>Barrio Villa Lilia y Belencito</b>	<b>Gestión Social</b>

<b>MARZO</b>				
<b>FECHA Y HORA</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>MUNICIPIO</b>	<b>LUGAR</b>	<b>RESPONSABLE</b>
<b>Viernes</b> 1/03/2019 – 8:00 – 5:00 p.m.	<b>campañas de educación ambiental- manejo de residuos sólidos</b>	<b>Chiquinquirá</b>	<b>Parque la Pola, Barrio Villa del Prado</b>	<b>Gestión Social</b>
<b>Sábado</b> 2/03/2019 - 8:00 - 11:00 m		<b>Chiquinquirá</b>		<b>Gestión Social</b>

<b>Lunes</b> 4/03/2019 - 4:00 – 5:00 p.m.	<b>campañas de educación ambiental- manejo de residuos sólidos</b>	<b>El Espinal</b>	<b>Barrio La Esperanza</b>  <b>Se aplazó por el presidente de J.A.C.</b>	<b>Gestión Social</b>
<b>Lunes</b> 4/03/2019 - 8:00 – 12:00 p.m.	<b>Reunión CIDEA</b>	<b>Melgar</b>	<b>Auditorio</b>	<b>Gestión social</b>
<b>Martes</b> 5/03/2019 - 7:00 – 8:00 a.m.	<b>Socialización campaña de educación ambiental- manejo de residuos sólidos con trabajadores.</b>	<b>Melgar</b>	<b>Conjunto Heliópolis</b>	<b>Gestión social</b>
<b>Martes</b> 5/03/2019 - 4:00 – 5:00 p.m.	<b>PUERTA A PUERTA, campañas de educación ambiental- manejo de residuos sólidos</b>	<b>Melgar</b>	<b>La florida</b>	<b>Gestión Social</b>
<b>Miércoles</b> 6/03/2019 - 2:00 – 5:00 p.m.	<b>Cine al parque</b>	<b>Ricaurte</b>	<b>El pesebre</b>	<b>Gestión Social</b>
<b>Jueves</b> 7/03/2019 - 9:00 – 12:00 p.m.	<b>Socialización J.A.C.</b>	<b>Ricaurte</b>	<b>PQR SerAmbiental</b>	<b>Gestión Social</b>
<b>Jueves</b> 7/03/2019 - 2:00 – 5:00 p.m.	<b>Brigada de belleza</b>	<b>GIRARDOT</b>	<b>Zumbamicos</b>	<b>Gestión Social</b>
<b>Viernes</b> 8/03/2019 - 9:00 – 12:00 p.m.	<b>Reunión CIDEA</b>  <b>INFORMES</b>	<b>Agua de Dios</b>  <b>Girardot</b>	<b>Alcaldía</b>	<b>Gestión Social</b>
<b>Viernes</b> 8/03/2019 - 2:00 – 5:00 p.m.	<b>Entregar cartas, CELEBRACIÓN DÍA DE LA MUJER</b>		<b>PARQUE PRINCIPAL,</b>	<b>Gestión Social</b>
<b>Sábado</b>	<b>INFORMES</b>	<b>Girardot</b>	<b>OFICINA</b>	<b>Gestión Social</b>

<b>9/03/2019 - 8:00 - 11:00 m</b>	<b>Publicación Facebook</b>			
<b>Lunes</b> <b>11/03/2019 - 8:00 - 12:00 p.m.</b>	<b>Reunión de la CAR</b>	<b>Girardot</b>	<b>CAR</b>	<b>Gestión Social</b>
<b>Lunes</b> <b>11/03/2019 - 4:00 - 5:00 p.m.</b>	<b>campañās de educación ambiental- manejo de residuos sólidos</b>	<b>El Espinal</b>	<b>Barrio El Recreo</b>	<b>Gestión Social</b>
<b>Martes</b> <b>12/03/2019 - 8:00 - 12:00 p.m.</b>	<b>Parques Divertillantas</b>	<b>Girardot</b>	<b>Diversos barrios donde se recuperaron puntos críticos</b>	<b>Gestión Social</b>
<b>Martes</b> <b>12/03/2019 - 3:00 - 5:00 p.m.</b>	<b>Reunión en la alcaldía de Melgar</b>	<b>Melgar</b>	<b>Alcaldía</b>	<b>Gestión Social</b>
<b>Martes</b> <b>12/03/2019 - 2:00 - 5:00 p.m.</b>	<b>Campañas de educación ambiental- manejo de residuos sólidos.</b>	<b>Melgar</b>	<b>La Laguna, la colina</b>	<b>Gestión Social</b>
<b>Miércoles</b> <b>13/03/2019 - 8:00 - 12:00 p.m.</b>	<b>Informes</b>	<b>Girardot</b>	<b>Oficina</b>	<b>Gestión Social</b>
<b>Miércoles</b> <b>13/03/2019 - 4:00 - 5:00 p.m.</b>	<b>Reunión CAR</b>	<b>Girardot</b>	<b>CAR</b>	<b>Gestión Social</b>
<b>Jueves</b> <b>14/03/2019 - 8:00 - 12:30</b>	<b>ASISTENCIA GOBIERNO AL PARQUE</b>	<b>Agua de Dios</b>	<b>Parque principal</b>	<b>Gestión social</b>

<b>Jueves</b> 14/03/2019 - 3:00 – 4:00	<b>campañas de educación ambiental- manejo de residuos sólidos</b>	<b>Agua de Dios</b>	<b>sanatorio</b>	<b>Gestión Social</b>
<b>Jueves</b> 14/03/2019 - 4:00 – 5:00 p.m.	<b>Reunión con los presidentes J.A.C.</b>	<b>Agua de Dios</b>	<b>Oficina PQR</b>	<b>Gestión Social</b>
<b>Viernes</b> 15/03/2019 8:00 – 12:00 p.m.	<b>Recolección de inservibles</b>	<b>Agua de Dios</b>	<b>Barrios programados</b>	<b>Gestión Social</b>
<b>Viernes</b> 15/03/2019 8:00 – 12:00 p.m.	<b>Localización de lugares donde se puedan hacer murales.</b>  <b>Visita a parques Divertillantas y hacer el debido conteo de las llantas</b>	<b>Girardot</b>	<b>Girardot</b>	<b>Gestión Social</b>
<b>Viernes</b> 15/03/2019 4:00 – 6:00 p.m.	<b>INFORMES, PUBLICACIONES FACEBOOK</b>	<b>Girardot</b>	<b>Oficina</b>	<b>Gestión Social</b>
<b>Sábado</b> 16/03/2019 - 8:00 -11:00 m	<b>INFORMES</b>	<b>Girardot</b>	<b>OFICINA</b>	<b>Gestión Social</b>
<b>Lunes</b> 18/03/2019 - 8:00 – 12:00 p.m.	<b>Entrega de cartas a comerciantes para participar en LA RECICLATÓN</b>	<b>Melgar</b>	<b>CENTRO</b>	<b>Gestión Social</b>

<b>Lunes</b> 18/03/2019 - 4:00 – 5:00 p.m.	<b>Reunión con los comerciantes</b>	<b>Ricaurte</b>	<b>CONCEJO MUNICIPAL DE RICAURTE</b>	<b>Gestión Social</b>
<b>Martes</b> 19/03/2019 - 8:00 – 12:00 p.m.	<b>Visita a los colegios para promover la Reciclación</b>	<b>Melgar</b>	<b>MUNICIPIO</b>	<b>Gestión Social</b>
<b>Miércoles</b> 20/03/2019- 8:00 – 12:00 p.m.	<b>APOYO A LA RECICLATÓN, visita a posibles patrocinadores</b>	<b>Melgar</b>	<b>MUNICIPIO</b>	<b>Gestión Social</b>
<b>Jueves</b> 21/03/2019	<b>Apoyo a la Reciclación, recoger obsequios.</b>	<b>Melgar</b>	<b>MUNICIPIO</b>	<b>Gestión Social</b>
<b>Viernes</b> 22/03/2019 8:00 – 5:00 p.m.	<b>RECICLATÓN</b>	<b>Melgar</b>	<b>Las Vegas</b>	<b>Gestión Social</b>
<b>Sábado</b> 23/03/2019 - 8:00 -11:00 m	<b>informes</b>	<b>Girardot</b>	<b>oficina</b>	<b>Gestión Social</b>
<b>FESTIVO</b>	<b>FESTIVO</b>	<b>FESTIVO</b>	<b>FESTIVO</b>	<b>FESTIVO</b>
<b>Martes</b> 26/03/2019 - 8:00 – 5:00 p.m.	<b>Informes, publicación</b>	<b>Girardot</b>	<b>OFICINA</b>	<b>Gestión Social</b>
<b>Miércoles</b> 27/03/2019 - :00 – 5:00 p.m.	<b>Reunión CIDEA</b>	<b>Girardot</b>	<b>Alcaldía</b>	<b>Gestión Social</b>
<b>Jueves</b> 28/03/2019 - 9:00 – 12:00 p.m.	<b>campañas de educación ambiental- manejo de residuos sólidos</b>	<b>El Espinal</b>	<b>Colegio Patio Bonito</b>	<b>Gestión Social</b>
<b>Viernes</b> 29/03/2019	<b>Informes – redes sociales</b>	<b>Girardot</b>	<b>oficina</b>	<b>Gestión Social</b>

<b>Sábado</b>  30/03/2019	<b>Informes</b>	<b>Girardot</b>	<b>oficina</b>	<b>Gestión Social</b>
---------------------------------	-----------------	-----------------	----------------	-----------------------

<b>ABRIL</b>				
<b>FECHA Y HORA</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>MUNICIPIO</b>	<b>LUGAR</b>	<b>RESPONSABLE</b>
<b>Lunes</b>  1/04/2019 - 8:00 – 12:00 p.m.	<b>Visita para identificar vertimientos en el municipio</b>	<b>Melgar</b>	<b>Municipio</b>	<b>Gestión Social</b>
<b>Martes</b>  2/04/2019 - 8:00 – 12:00 p.m.	<b>Registro fotográfico - INFORMES</b>	<b>Fusagasugá  Girardot</b>	<b>Municipio y PQR  Oficina</b>	<b>Gestión Social</b>
<b>Miércoles</b>  3/04/2019 - 8:00 – 12:00 p.m.  3/04/2019 - 2:00 – 6:00 p.m.	<b>Entrega de carta DÍA DE LA TIERRA  Elaboración Tuquilio Informa</b>	<b>Girardot</b>	<b>Institución educativa Francisco Manzanera Henríquez  OFICINA</b>	<b>Gestión Social</b>
<b>Jueves</b>  4/04/2019 - 8:00 – 6:00 p.m.	<b>Campañas de educación ambiental- manejo de residuos sólidos- Tuquilio. Puerta a puerta</b>	<b>Arbeláez</b>	<b>CENTRO</b>	<b>Gestión Social</b>
<b>Viernes</b>	<b>Entrega de cartas a instituciones educativas de</b>	<b>Girardot</b>	<b>Municipio  OFICINA</b>	<b>Gestión Social</b>

<b>5/04/2019. - 8:00 – 12:00 p.m.</b>	<b>socializaciones y Reciclación</b>			
<b>5/04/2019 - 2:00 – 6:00 p.m.</b>	<b>INFORMES</b>			
<b>Sábado 6/04/2019- 2:00 – 6:00 p.m.</b>	<b>campañas de educación ambiental- manejo de residuos sólidos</b>	<b>Melgar</b>	<b>Colegio Juan José</b>	<b>Gestión Social</b>
<b>Lunes 8/04/2019 - 8:00 – 12:00 p.m.</b>	<b>Publicaciones en Facebook, entrega de cartas a instituciones educativas</b>	<b>Girardot</b>	<b>Municipio</b>	<b>Gestión Social</b>
<b>Martes 9/04/2019 - 8:00 – 12:00 p.m.</b>	<b>campañas de educación ambiental- manejo de residuos sólidos- Tuquilio- actividades</b>	<b>Girardot</b>	<b>CDI La Esperanza</b>	<b>Gestión Social</b>
<b>Martes 9/04/2019 - 8:00 – 12:00 p.m.</b>	<b>Reunión Cámara de Comercio</b>	<b>El Espinal</b>	<b>CAMARA DE COMERCIO</b>	<b>Gestión Social</b>
<b>Miércoles 10/04/2019 - 8:00 – 12:00 p.m.</b>	<b>campañas de educación ambiental- manejo de residuos sólidos</b>	<b>Girardot</b>	<b>Colegio Comgirardot</b>	<b>Gestión Social</b>
<b>Miércoles 10/04/2019 - 8:00 – 12:00 p.m.</b>	<b>Jornada de Limpieza en el parque Santander</b>	<b>Girardot</b>	<b>Barrio Santander</b>	<b>Gestión Social</b>

<b>Jueves</b> <b>11/04/2019 -</b> <b>8:00 – 12:00 p.m.</b>	<b>Gobierno al</b> <b>parque</b>	<b>Agua de</b> <b>Dios</b>	<b>Parque</b> <b>principal</b>	<b>Gestión Social</b>
<b>Viernes</b> <b>12/04/2019 8:00</b> <b>– 12:00 p.m.</b>	<b>Entrega de</b> <b>cartas a la</b> <b>Reciclatón</b> <b>instituciones</b> <b>educativas y</b> <b>dependencias</b> <b>de la alcaldía</b>	<b>Girardot</b>	<b>Girardot</b>	<b>Gestión Social</b>
<b>Viernes</b> <b>12/04/2019 3:00</b> <b>– 5:00 p.m.</b>	<b>campañas de</b> <b>educación</b> <b>ambiental-</b> <b>manejo de</b> <b>residuos</b> <b>sólidos</b> <b>Hotelería y</b> <b>Turismo</b>	<b>Girardot</b>	<b>Universidad de</b> <b>Cundinamarca</b>	<b>Gestión Social</b>
<b>Sábado</b> <b>13/04/2019 8:00</b> <b>– 11:00 a.m.</b>	<b>Adelanto de</b> <b>informes</b>	<b>Girardot</b>	<b>Oficina</b>	<b>Gestión Social</b>
<b>Lunes</b> <b>15/04/2019 -</b> <b>8:00 – 12:00 p.m.</b>	<b>Entrega de</b> <b>cartas de la</b> <b>Reciclatón a</b> <b>Medios de</b> <b>comunicación</b>	<b>Girardot</b>	<b>Girardot</b>	<b>Gestión Social</b>
<b>Lunes</b> <b>15/04/2019 -</b> <b>2:00 – 6:00 p.m.</b>	<b>Manejo de</b> <b>Facebook y</b> <b>redacción de</b> <b>informes</b>	<b>Girardot</b>	<b>Oficina</b>	<b>Gestión Social</b>
<b>Martes</b> <b>16/04/2019 -</b> <b>9:00 – 12:00 p.m.</b>	<b>campañas de</b> <b>educación</b> <b>ambiental-</b> <b>manejo de</b> <b>residuos</b> <b>sólidos para</b> <b>docentes</b>	<b>Girardot</b>	<b>CDI La</b> <b>Esperanza</b>	<b>Gestión Social</b>
<b>Miércoles</b>	<b>Adelanto de</b> <b>informes y</b>	<b>Girardot</b>	<b>Girardot –</b> <b>Oficina</b>	<b>Gestión Social</b>

<b>17/04/2019 - 8:00 – 12:00 p.m.</b>	<b>verificación de puntos críticos</b>			
<b>Jueves 18/04/2019 - 8:00 – 12:00 p.m.</b>	<b>Semana Santa</b>	<b>Girardot</b>	<b>Semana santa</b>	<b>Gestión Social</b>
<b>Viernes 19/04/2019</b>	<b>Semana Santa</b>	<b>Girardot</b>	<b>Semana santa</b>	<b>Gestión Social</b>
<b>Sábado 20/04/2019</b>	<b>Socialización en conjuntos de Flandes- Tolima</b>	<b>Flandes</b>	<b>Conjuntos</b>	<b>Gestión Social</b>

- **ANEXO 2**

### Funciones

	<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	CÓDIGO	GRH-OD-01
		VERSIÓN	1
		FECHA	21/11/2016
		PÁGINA	2 de 4

FUNCIONES DEL CARGO		
PROCESOS	ACTIVIDADES	RESULTADOS ESPERADOS
	Liderar la gestión social con la comunidad de zonas de influencia con el fin de generar conciencia ambiental.	
	Adelantar campañas con las comunidades del área de influencia de la empresa, creando valoración por el trabajo y la protección del medio ambiente.	
	Coordinar y ejecutar campañas programadas bajo el esquema de Gestión social liderado por la Gerencia de Gestión Social, cumpliendo con el programa definido mensualmente por la organización.	
	Coordinar las actividades lúdicas pedagógicas en comunidades, instituciones educativas entre otras.	
	Coordinar las jornadas de intervención comunitaria: recolección de inservibles, campañas de aseo, entre otros.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Campañas de gestión social en comunidades</li> </ul>
	Adelantar las campañas de	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Registro de actividades</li> </ul>

<b>Actividades de Gestión Social</b>	Adelantar las campañas de concientización que complementan la erradicación de puntos críticos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Registro de actividades realizadas</li> <li>▪ Actualización de software</li> </ul>
	Participar en la educación formal en las instituciones educativas del área de influencia, a través de los PRAES y PRAUS.	
	Promocionar los deberes y derechos del ciudadano con relación al manejo adecuado de los residuos sólidos en la ciudad.	
	Incentivar el trabajo interinstitucional con las entidades involucradas en el tema de residuos sólidos.	
	Validar los registros correspondientes a la actividad que se desarrolló.	
	Controlar la actualización en el Software las actividades realizadas.	
	Fortalecer las relaciones con los vecinos de la base operativa.	
<b>ELABORÓ:</b> JEFE DE CONTROL INTERNO Y CALIDAD		<b>REVISÓ:</b> JEFE TALENTO HUMANO
<b>APROBÓ:</b> GERENTE GENERAL		

	Liderar el acompañamiento para la fidelización de los usuarios.	
	Coordinar la atención a PQR de Gestión Social.	
	Elaborar y enviar a la Coordinación Comercial y Gerencia de Área el reporte de los cambios encontrados en los inmuebles de los clientes visitados y hacer seguimiento a que estos cambios se apliquen en el sistema.	
	Informe mensual de resultados del Área.	
	Informe Anual de Gestión del Área de Ventas	
<b>Mejoramiento Continuo</b>	Identificar e implementar oportunidades de mejora en los procesos de la Compañía.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Oportunidades de mejora documentadas e implementadas.</li> <li>▪ Indicadores de medición definidos con planes de acción para su mantenimiento y/o mejoramiento.</li> </ul>
<b>Cumplimiento a la normatividad interna</b>	Dar cumplimiento a la normatividad interna de Ser Ambiental S.A E.S.P establecida en lineamientos directivos, procedimientos y demás documentación del sistema de gestión de calidad y normatividad aplicable que indiquen las reglas para la operación, cumplimiento de la misión, manejo ambiental, seguridad y salud en el trabajo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Cumplimiento de la normatividad interna</li> </ul>
<b>Otras actividades asignadas</b>	Realizar las demás actividades que le asigne el jefe inmediato que sean congruentes con el propósito del cargo, con el fin de dar cumplimiento a los objetivos, del área y puesto de trabajo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Cumplimiento de las actividades asignadas por su superior.</li> </ul>

<b>ELABORÓ:</b> JEFE DE CONTROL INTERNO Y CALIDAD		<b>REVISÓ:</b> JEFE TALENTO HUMANO
<b>APROBÓ:</b> GERENTE GENERAL		

- ANEXO 3

Vídeo de acciones realizadas fuera de la empresa



- ANEXO 4

Boletín de prensa

**SAN PEDRO EN EL TOLIMA CON SER AMBIENTAL**

A photograph showing three people in traditional attire standing outdoors. A woman on the left is wearing a white and red traditional dress. A man in the center is wearing a white shirt and dark pants. A man on the right is wearing a white shirt and a wide-brimmed hat.

Ser Ambiental se unió a la celebración sanpedrina haciendo su parte y gestionando la campaña "por una ciudad más limpia" en los municipios donde se presta el servicio.

Los operarios de barrido y recolección estuvieron las 24 horas del puente festivo en las ferias y fiestas cumpliendo con su labor.

De igual manera, el equipo de cuadrante limpio estuvo presto a colaborar, haciendo entrega a los participantes, lugareños y turistas de los abanicos que representan a la empresa Ser Ambiental S.A. E.S.P.

Cabe destacar, que dentro de la participación se contó con xx Tucanes, los cuales funcionaron como transporte de todos los

➔