

PROPUESTA DE TESIS “COMITÉ INTERNO DE COMUNICACIONES LA  
STAMPERIA S.A”

LETICIA DEL CARMEN FLÓREZ HERNÁNDEZ

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA  
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES, ARTES Y HUMANIDADES

COMUNICACIÓN SOCIAL

ENVIGADO 2012

## CONTENIDO

1. OBJETIVOS.....	9
1.1. Objetivo General.....	9
1.2. Objetivos Específicos.....	9
2. JUSTIFICACIÓN .....	10
3. MARCO CONTEXTUAL .....	12
4. MARCO METODOLÓGICO .....	15
4.1. Técnicas de recolección de información .....	16
4.1.1. Revisión Documental y Experiencia en la Comunidad.....	16
4.1.2. Entrevistas semi-estructuradas.....	16
4.1.3. Grupo de discusión o grupo focal. ....	16
4.2. Instrumentos de recolección de información .....	17
5. INFORME DE INVESTIGACIÓN-ACCIÓN .....	24
6. CONCLUSIONES.....	27
ANEXOS.....	28
7. BIBLIOGRA.....	32

## LISTA DE TABLAS

	pág.
Tabla 1. Actividad “Entrevista semiestructurada” .....	17
Tabla 2. Actividad Grupo Focal “Grupo de discusión” .....	18
Tabla 3. Matriz conceptos teóricos, información obtenida grupo de discusión .....	20
Tabla 4. Matriz conceptos teóricos, información obtenida entrevista semi-estructurada.....	21

LISTA DE GRÁFICAS

	pág.
Gráfica 1. ....	22
Gráfica 2. ....	22
Gráfica 3. ....	23

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación toma como referencia una comunidad familiar que hace 10 años crea una compañía llamada la Stamperia S.A. en estos años la red familiar fue creciendo, y en el desarrollo sociocultural surgieron obstáculos a nivel comunicacional. El propósito es mejorar los procesos de comunicación internos y externos, demostrando la carencia de un sistema efectivo que permita la solución de conflictos interpersonales, las técnicas cualitativas de recolección de información como la revisión documental, permitieron tener una visión general de la comunidad, las entrevistas semi-estructuradas, dieron a conocer las experiencias de trabajo; y los grupos de discusión permitieron descubrir los conflictos y problemas a nivel interno y externo, obteniendo como resultado una comunidad empresarial más humana, más justa, que pueda transformarse desde la importancia de la comunicación.

**PALABRAS CLAVES:** Red Familiar, Desarrollo Socio Cultural, Comunidad Empresarial, Comunicación Interna y Externa.

“ABSTRACT”

El presente trabajo de investigación toma como referencia una comunidad familiar que hace 10 años crea una compañía llamada la Stamperia S.A. en estos años la red familiar fue creciendo, y en el desarrollo sociocultural surgieron obstáculos a nivel comunicacional. El propósito es mejorar los procesos de comunicación internos y externos, demostrando la carencia de un sistema efectivo que permita la solución de conflictos interpersonales, las técnicas cualitativas de recolección de información como la revisión documental, permitieron tener una visión general de la comunidad, las entrevistas semi-estructuradas, dieron a conocer las experiencias de trabajo; y los grupos de discusión permitieron descubrir los conflictos y problemas a nivel interno y externo, obteniendo como resultado una comunidad empresarial más humana, más justa, que pueda transformarse desde la importancia de la comunicación.

**PALABRAS CLAVES:** Red Familiar, Desarrollo Socio Cultural, Comunidad Empresarial, Comunicación Interna y Externa.

## INTRODUCCIÓN

Situación problemática. La ausencia o insuficiencia de un canal efectivo de comunicación, constituyen un riesgo para el deterioro de las relaciones internas y la comunicación entre los miembros de una comunidad, obteniendo como respuesta que sus integrantes se sientan desmotivados, inconformes y limitados para expresar sus necesidades, ocasionando la pérdida de liderazgo, creatividad y motivación.

La comunicación es una función estratégica que apoya estructuralmente el proyecto empresarial. Por lo que se convierte en un instrumento esencial para la solución de conflictos a nivel interno, ya que permite conocer las necesidades de los miembros de la comunidad empresarial y sus clientes.

El propósito de esta investigación es mejorar los procesos de comunicación de la Stamperia S. A. (Red familiar) a través de un canal que permita la solución de conflictos internos de manera permanente entre la red familiar y la sociedad.

Según Salvador Minuchim (1982) “la familia cumple con una función social que resulta siendo atacada cada vez que se modifican los órdenes sociales”. Se trata del acoplamiento social de la familia al contexto local, regional o nacional; algo similar a lo que planteaba Ligia Echeevrry Ángel (1994) “cuando se refiere a las modalidades de ajuste al contexto”.

Sin embargo, estaría bien explicar porqué sería efectivo hacer un trabajo en redes de la comunicación en esta organización, Salvador Minuchim (1982) orienta la investigación cuando afirma lo siguiente:

Concebir la familia como red social permite reconstruir conflictos socioculturales y procesos de intervención institucional o estatal, puesto que el tejido de las relaciones sociales familiares constituyen las relaciones sociales primarias, que proveen al individuo el sentido de pertenencia, la identidad personal y el sentido colectivo de la comunidad.

Este mismo autor mas adelante expresa lo siguiente:

La idea fundamental es que el individuo no vive solo, convive en grupos que no siempre han permanecido estables sino que han cambiado al igual que la sociedad.

Las funciones de la familia sirven a dos objetivos distintos. Uno es interno: la protección psico-social de sus miembros; el otro es externo –la acomodación a una cultura y la transmisión de esa cultura.

Teniendo en cuenta lo anterior, puede considerarse como de gran importancia realizar un estudio de investigación con la comunidad empresarial y red social, la Stamperia S.A. como plantea Sluzki (1996), “cuando se realiza una articulación efectiva de estos elementos proporcionan actividades que implican sobrevida, goce, recreación, creatividad y crecimiento espiritual –individual y colectivo de la comunidad”.

## 1. OBJETIVOS

### 1.1. Objetivo General

Mejorar los procesos de comunicación interna y externa y la solución de conflictos interpersonales de la Stamperia S.A.

### 1.2. Objetivos Específicos

Crear un comité interno de comunicaciones que solucione conflictos de manera permanente.

Motivar a la comunidad a conducir todos sus esfuerzos para que a través del uso de la comunicación, faciliten el manejo de las circunstancias difíciles, estimulando la conformación de una red social entre ellos.

Utilizar las redes sociales virtuales como herramienta de apoyo obteniendo una mejor comunicación externa.

Cubrir las necesidades de comunicación que presentan los individuos o grupos que conforman la organización.

## 2. JUSTIFICACIÓN

Heno (1998) afirmar que “el hombre está dotado de facultades innatas para la comunicación, particularmente aplicadas a la capacidad de organización social, así como la capacidad de explorar, extender y ampliar dichas facultades naturales”.

En este orden de ideas, encontramos múltiples y diversos modelos de comunicación, conocidos corrientemente como las teorías de la información, tomando como base estas teorías y modelos, se explicará por qué las teorías de redes sociales se aplica a la realidad y al presente trabajo de investigación.

La Stamperia S.A es una comunidad conformada por una complejidad de redes de relación interpersonal, en la cual la convivencia y el tiempo han hecho de esta un grupo específico. En el intercambio de cultura entre este grupo social han surgido problemas de tipo comunicacional, que han afectado la identidad y las relaciones interpersonales del grupo social o red.

Maldonado, Ma Cristina (1995) lo sostiene al afirmar que:

La familia es un grupo social que se caracteriza por una complejidad de redes de relación interpersonal, en las cuales la intimidad y la convivencia más o menos permanente en el tiempo hacen de ella un grupo específico. La componen personas con vínculos de sangre o por adopción legal o ilegal, que se diferencian por su edad y género y que establecen relaciones entre si y con el mundo externo. En ella se

estructura la identidad, se protege a los miembros y se da el intercambio con la cultura.

La comunicación dentro de la red social se realiza en forma vertical ascendente en un orden jerárquico, en la ausencia de canales abiertos que impiden que la información se filtre de manera correcta, provocando conflictos internos entre los integrantes de la comunidad. Los resultados de la investigación apuntan a mejorar los procesos de comunicación en el grupo social, a través del uso de canales directos como el comité interno de comunicaciones, que permita la solución de conflictos de manera permanente. Estos resultados tienen una aplicación práctica desde el punto de vista que plantea Sluzki (1996) al afirmar que:

Todos los individuos de una sociedad experimentan conflictos personales por estar sujetos a las diversas presiones que ejercen los numerosos grupos humanos que lo componen, debido a los múltiples roles que les toca desempeñar. Incluso, se ha llegado a afirmar que los procesos de socialización no son más que un conflicto entre el individuo y la sociedad, sin embargo no siempre constituyen un factor negativo que separa a los individuos o grupos, por que pueden contribuir a mantener las colectividades y las relaciones interpersonales.

### 3. MARCO CONTEXTUAL

Sluzki (1996) “podemos definir una red social como el conjunto de todas la relaciones reales y virtuales, significativas para un individuo, un grupo, una comunidad o la sociedad en su conjunto”.

En al año 2001 la familia Bogué- Benjumea conociendo el mercado y el arte de la estampación, se aventuraron a comprar una máquina estampadora en Alemania, creando así su propia empresa. Poco a poco la pequeña red familiar fue creciendo, incorporando nuevos miembros a su red, con características y culturas diferentes, convirtiéndose hoy en una comunidad empresarial conformada por 70 operarios, 20 diseñadores y 15 personas administrativas; que conforman una comunidad empresarial de 102 integrantes llamada la Stamperia S.A.

Como lo manifiesta Salvador Minuchim (1982) “Concebir la familia como red social permite reconstruir conflictos socioculturales y procesos de intervención institucional o estatal, puesto que el tejido de las relaciones sociales familiares constituyen las relaciones sociales primarias”

La Stamperia S.A. red social está ubicada en municipio de Itagüí-Antioquia en la dirección Autopista sur no. 46-129. Actualmente es la empresa líder del mercado de la estampación, identificándose por su calidad, innovación y diseño, Ofrece a nivel nacional, un servicio especializado en diseño, asesoría, estampación y tintorería textil.

Pero todas las etapas y procesos de transformación a la cual ha estado sometida, no se dieron en el vacío, son producto de un sistema de transacciones entre sus miembros y la sociedad en general.

En este orden de ideas se indicará cuáles son los problemas sociales y especialmente, como son los procesos de comunicación de la red social.

Los intercambios de información a nivel interno son de forma bidireccional, es decir, desde los altos cargos hasta los operarios de producción y viceversa en algunos casos. En el desarrollo de la investigación se encontró que predomina la comunicación vertical ascendente, aquella que se realiza desde abajo hacia arriba en jerarquía. “Su función principal es informar a los superiores de los asuntos y problemas que se generan en el trabajo diario”.

Como señala P. Drucker (2000: 6). “La comunicación ascendente es de vital importancia para las organizaciones basadas en la información dado que, los conocimientos estarán en la parte baja de la pirámide jerárquica, en la mente de los especialistas que realizan diversos trabajos y se dirigen a sí mismos”.

A pesar de los beneficios apuntados, la comunicación ascendente suele ir acompañada de muchas dificultades o inconvenientes que la hacen escasa y más ficticia que real, estas son las desventajas de la comunicación vertical ascendente planteadas por Petit, F. (1984).

Las funciones de protección y seguridad psicológica que ejerce la comunicación unidireccional para el emisor (directivo) al permitirle mantener una distancia frente

al receptor (trabajador) que le proteja de posibles objeciones o críticas a sus órdenes; representa un obstáculo para la implantación y el desarrollo de actitudes de escucha. También genera bloqueos en las actitudes, y genera la desconfianza de los superiores hacia los trabajadores.

Los mensajes ascendentes sufren un proceso de distorsión y embellecimiento. Sólo se comunican a los jefes los mensajes favorables, se exagera la información positiva, se introducen elementos falsos y/o se omite información negativa.

Bien sea por falta de confianza en el jefe, por miedo al castigo o a posibles represalias o por falta de cultura participativa; los trabajadores practican preferentemente la crítica entre amigos. Pocas veces las críticas sobre los modos de proceder de la dirección se plantean abierta y formalmente por los canales establecidos para ello.

Con respecto a los procesos de comunicación externa se encuentra, que la comunidad hace uso de varias herramientas como la página web, catálogos, presentaciones del producto, eventos de moda, e-mails entre otras. Y para la atención de quejas y reclamos, se cuenta con una persona líder de calidad, quien debe dar solución a todos los problemas técnicos con respecto a los clientes y proveedores.

#### 4. MARCO METODOLÓGICO

El presente trabajo se desarrolla bajo los lineamientos de una investigación con características exploratorias - descriptivas no experimental. Es una investigación-Acción cualitativa o investigación aplicada, con el propósito de observar describir y mejorar los procesos de comunicación de la comunidad empresarial la Stampería S.A.

El propósito de la investigación-acción es resolver problemas cotidianos e inmediatos, Elliot J. Mckernan (2.001) define la investigación-acción como "el estudio de una situación social con miras a mejorar la calidad de la acción dentro de ella". Por otro lado, Álvarez y Jurgenson (2.003) la define como una "una intervención en pequeña escala en el funcionamiento del mundo real y el examen minucioso de estas intervenciones".

El estudio de investigación tendrá una durabilidad de 4 meses que se contarán a partir del mes de octubre del año 2011, hasta el 01 de febrero del año 2012. La investigación partió de un diagnóstico inicial construido de manera participativa con algunos miembros de la organización, a través de las siguientes técnicas de recolección de la información:

#### 4.1. Técnicas de recolección de información

##### 4.1.1. Revisión Documental y Experiencia en la Comunidad.

Con el propósito de obtener una visión general de la red social la Stamperia S.A, se realizó una revisión documental en la base de datos de la organización y en la Página Web (<http://www.la-stamperia.net>).

##### 4.1.2. Entrevistas semi-estructuradas.

El entrevistador despliega una estrategia mixta, alternando preguntas estructuradas con preguntas espontáneas. Esta forma es más completa ya que, mientras que la parte preparada permite comparar entre los diferentes entrevistados, la parte libre permite profundizar en las características específicas del entrevistado Por ello, permite una mayor libertad y flexibilidad en la obtención de información.

La entrevista fue realizada el sábado 01 de octubre de 2011 en las instalaciones de la Stamperia S.A autopista sur no. 46-129 Itagüí-Antioquia. Realizada a: Bibiana Zuluaga directora administrativa y financiera la Stamperia S.A, correo electrónico: [vivianadirfrayadm.estamperia@gmail.com](mailto:vivianadirfrayadm.estamperia@gmail.com) tel. 377 07 07 ext.: 102

##### 4.1.3. Grupo de discusión o grupo focal.

El grupo focal se define como una técnica de investigación social que privilegia el habla, cuyo propósito radica en propiciar la interacción mediante la conversación acerca de un tema u objeto de investigación, en un tiempo determinado, y cuyo

interés consiste en captar la forma de pensar, sentir y vivir de los individuos que conforman el grupo.

El grupo focal tiene por objetivo provocar confesiones o auto exposiciones entre los participantes, a fin de obtener de éstos, información cualitativa sobre el tema de investigación. Resulta de gran importancia que con anterioridad haya quedado claramente entendido el objetivo de la investigación, ya que este guiará la conversación que permita las revelaciones personales de los participantes.

#### 4.2. Instrumentos de recolección de información

Tabla 1

##### Actividad Entrevista Semi-estructurada

1	Comunidad	La Stamperia S.A Autopista sur No. 46-129 Itagüí-Antioquia
2	Fecha y lugar	Octubre 1 de 2011
3	Entrevistados	Bibiana Zuluaga Vivianadirfrayadm.estamperia@gmail.com Tel. 377 07 07 ext.: 102
4	Criterios de Selección	Directora Administrativa y Financiera la Stamperia S.A. líder de la comunidad, conoce todos los procesos y se encuentra con la organización desde sus inicios.
5	Preguntas	Las preguntas que se realizaron en esta entrevista no fueron cerradas, pues la finalidad era que el entrevistado sintiera la total libertad al momento de contestar las preguntas:  ¿Cuéntanos como son es la comunicación en la Stamperia S.A?  ¿En el proceso de comunicación bidireccional, cuales son

		<p>los canales de comunicación empleados?</p> <p>¿Cómo esta estructurado el conducto regular?</p> <p>¿La comunicación se realiza desde abajo hasta arriba en orden de jerarquía?</p> <p>¿Considera que la comunicación informal, beneficia o afecta los procesos de comunicación de la comunidad?</p> <p>¿Cómo se realiza la comunicación externa?</p>
6	Tiempo para la actividad	1 hora
7	Link donde se encuentra la entrevista	<a href="https://www.yousendit.com/download/T2dmaXRPYStrUmtsYzhUQw">https://www.yousendit.com/download/T2dmaXRPYStrUmtsYzhUQw</a>

Tabla 2

## Actividad Grupo focal

1	Comunidad	La Stamperia S.A
2	Fecha y lugar	Octubre 18 de 2011
3	Entrevistados	<p>Leticia Flórez (moderador)</p> <p>Maritza Escobar</p> <p>Marisol sierra</p> <p>Marcela González</p> <p>Viviana Zuluaga (redactor</p> <p>Alejandra Higuita</p> <p>Nataly Román</p>
4	Criterios de Selección	Ejecutivas de cuenta en edad entre los 25 y 40 años sexo : femenino lideres de los procesos de producción y comunicación externa
5	Preguntas	¿Como logran facilitar los procesos internos de

		<p>comunicación?</p> <p>¿Además del correo LaStamperia@gmail.com, hacen uso de las redes sociales para tener una comunicación mas directa con los clientes?</p> <p>¿Cuáles serian los beneficios de hacer uso de las redes sociales?</p> <p>¿Cuales son las desventajas de las redes sociales enfocado a su trabajo especifico?</p> <p>¿Que otros elementos pueden ayudar a difundir mejor la comunicación interna en la compañía?</p>
6	Tiempo para el desarrollo de la actividad	1 hora
7	Link donde puede escuchar la entrevista	<a href="http://www.sendspace.com/file/rtxj2z">http://www.sendspace.com/file/rtxj2z</a>

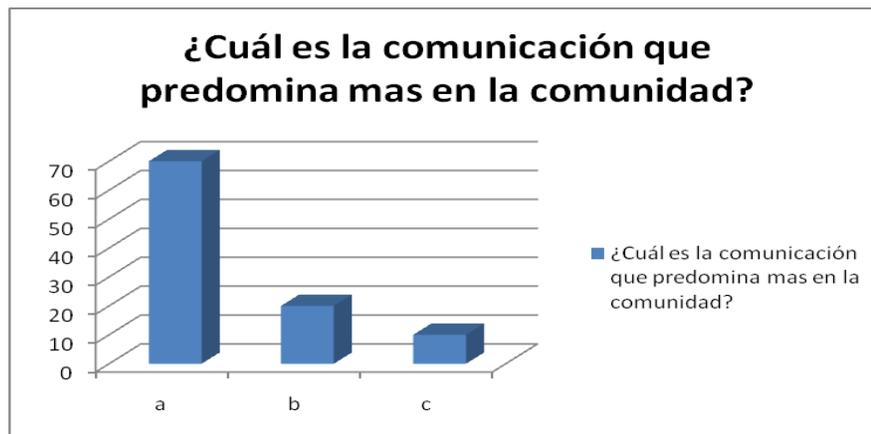
Matriz de Asociación con conceptos teóricos e información obtenida en el grupo de discusión:

Como se evidencian los procesos de comunicación en el grupo investigado	Como se evidencia la práctica de lo comunitario en el grupo	Como se evidencia la dinámica de red en el grupo
<p>Luego de realizar la actividad con el grupo focal (discusión) se concluye: Se evidencian los procesos de comunicación en el uso del correo electrónico, Personal y empresarial. Y a través del uso telefónico y celular.</p> <p>La comunicación es permanente.</p> <p>La comunicación Externa se realiza a través del correo empresarial y en los correos personales.</p>	<p>Esta investigación muestra la necesidad de mejorar los procesos de comunicación internos y externos de una comunidad empresarial que en su proceso de evolución y transformación como sociedad empresarial, nunca ha implementado procesos de comunicación de manera formal, (canales directos, comité de comunicaciones, buzón de quejas y sugerencias, carteleras informativas, grupos de discusión, redes sociales virtuales) que le permitan mejorar este aspecto interna y externamente.</p> <p>Para realizar este estudio utilizamos una metodología cualitativa, basada en entrevistas enfocadas mas al dialogo y a la participación. (No cuestionarios). En las cuales hemos podido concluir que hay una profunda necesidad de mejorar los procesos de comunicación.</p>	<p>La comunicación es permanente se realiza manera bidireccional pero poco efectiva, predomina la comunicación vertical ascendente.</p> <p>Se evidencian problemas en los canales de comunicación pues no hay designado alguien que transmita los mensajes de manera correcta a los superiores, esto hace que la información se filtre de manera incorrecta (Comentarios de pasillo-reuniones en el cafetín.) Obteniendo como resultado una comunicación informal.</p> <p>La comunicación externa que se hace con los clientes se realiza solo a través del correo institucional, evidenciando la falta un canal directo (persona que permitiera resolver cualquier duda o problema de manera inmediata.</p>

Matriz con conceptos teóricos e Información obtenida de la entrevista semi-estructurada

Como es la comunicación en la Stamperia S.A Comunidad empresarial	Conducto regular utilizado en la comunidad. Comunicación vertical ascendente
<p>La comunicación es bidireccional, es decir desde los altos cargos hasta los operarios de producción y viceversa en algunos casos</p> <p>¿Cuáles son los canales de comunicación empleados?</p> <p>No tiene certeza si en todos los casos se utilicen los canales adecuados para la comunicación pero existe un conducto regular, utilizado para la solución a necesidades que presente la comunidad empresarial.</p> <p>¿Considera que este tipo de comunicación vertical beneficia a la comunidad?</p> <p>Tiene un beneficio en cuanto a facilitar la coordinación de tareas, pero se presta para que la información se filtre a través de (comentarios de pasillo, conflictos entre jefe-superior).</p>	<p>Comité ejecutivo △ Director administrativo △ Jefe de departamento △ Supervisor △ Operarios de producción</p> <p>El primer modelo desarrollado por Román Jakobson (1957) habla de seis factores consecutivos: (1.) un emisor que envía un (2.) mensaje a un (3.) destinatario; el mensaje tiene sentido al interior de un (4.) contexto en el que debe existir el canal físico y las relaciones psicológicas entre emisor y el destinatario denominado (5.) contacto, que se realiza a partir de un (6.) código, o sistema de significados compartidos.</p>

Gráfica 1

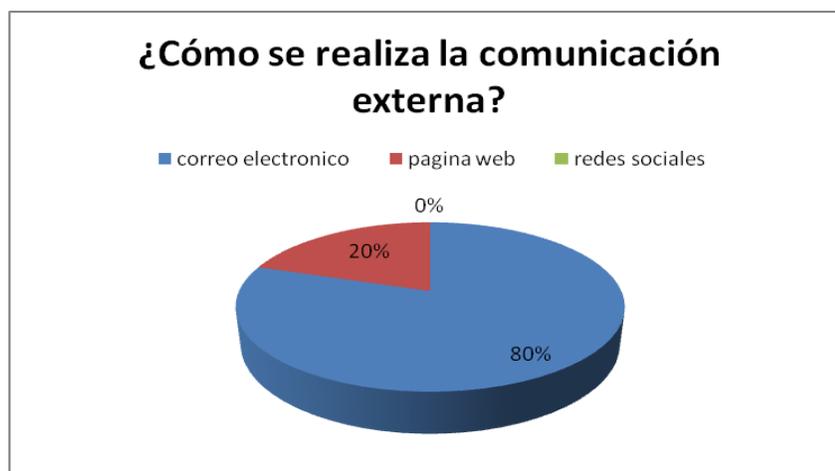


a. comunicación vertical ascendente

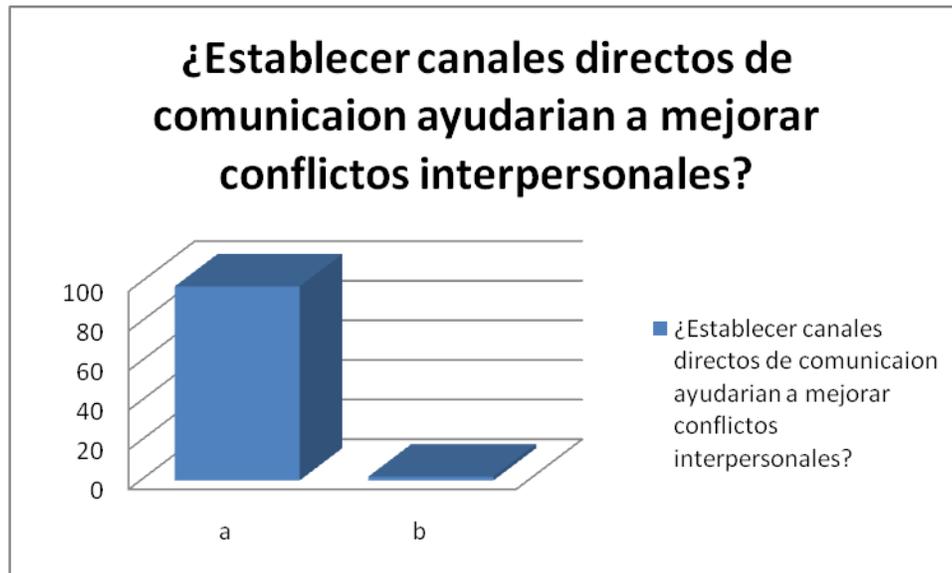
b. comunicación horizontal

c. comunicación formal

Gráfico 2.



Grafica 3.



a. si

b. no

## 5. INFORME DE INVESTIGACIÓN-ACCIÓN

Esta investigación permitió conocer e interactuar con una red familiar que a través del tiempo fue evolucionando hasta convertirse en una comunidad empresarial, integrada por individuos que a pesar de tener características culturales, de género y de edad diferentes hacen de ella una red específica.

Los argumentos mas importantes para que la Stamperia S.A sea concebida como red, se sustentan a través de lo que afirma Salvador Minuchim (1982): “concebir a la familia como red social permite reconstruir conflictos socioculturales, puesto que el tejido de las relaciones sociales familiares constituyen las relaciones sociales primarias”

A través de la recolección de información en las entrevistas realizadas a las personas de la comunidad, éstas mencionan que a nivel interno la comunicación es bidireccional informal, predominando la comunicación vertical ascendente, (emisor-operarios de producción, que envían un mensaje a un destinatario-supervisor, este mensaje tiene sentido al interior de un contexto en el que debe existir un canal físico, que en este caso es el jefe de departamento-ejecutivo de cuenta, el cual hace uso de sus relaciones con el director administrativo, para posteriormente el mensaje sea entregado al comité ejecutivo).

Pero esta comunicación es poco eficiente y se traduce en una comunicación conflictiva, que la hace escasa y más ficticia que real, generando en la comunidad conflictos internos.

En términos teóricos “todos los individuos de una sociedad experimentan conflictos personales por estar sujetos a las diversas presiones que ejercen los numerosos grupos humanos que lo componen” Sluzki (1996).

En términos metodológicos a partir de las entrevistas realizadas y la matriz de análisis construida, las personas entrevistadas en la comunidad consideraron necesario establecer canales de comunicación directos, como el comité interno de comunicaciones, el buzón de quejas y sugerencias, carteleras informativas, grupos de discusión, redes sociales virtuales, que permitan hacer uso de una comunicación mas formal y evitar los conflictos interpersonales.

El responsable directo de llevar a cabo estas propuestas es el comité ejecutivo, el cual se encargo de suministrar todo el apoyo, los materiales y recursos físicos para que en estos 4 meses de investigación y el proyecto lograra llevarse a cabo.

El comité de comunicaciones fue conformado por 6 ejecutivos de cuenta, liderado por la persona que desarrolló el presente trabajo de investigación, entre las actividades que se adelantó durante este proceso fue: colocar un tablero en donde se publicara información de interés general para la comunidad, permitiéndoles también disponer de este mismo medio como fuente de libre expresión y de ideas.

Otra tarea que desarrollo el comité fue implementar el buzón de sugerencias, para que no solo la comunidad empresarial pueda expresar sus inconformidades, también lo puedan hacer las personas externas a la organización.

En cuanto a los procesos de comunicación externa se encontró que se realiza solo a través del correo institucional, lastamperia@gmail.com, y la página Web www.la-stamperia.net. Ocasionalmente se realizan eventos de moda y lanzamientos de nuevas colecciones, que permiten tener un mayor contacto y comunicación con el exterior.

Evidenciando la falta de un canal directo para la comunicación externa, el comité de comunicaciones definió una estrategia para visibilizar al grupo social en los espacios virtuales. Hablar de redes sociales es hablar de nuevas comunidades virtuales, a las que decidimos si ingresamos o no y también en qué momento nos aislamos de ellas; Estar presente en las redes sociales virtuales demuestra el apoyo a las nuevas tecnologías, la modernidad y la transparencia de los procesos que se generan en la red social.

En facebook pueden encontrar información de la comunidad empresarial la Stamperia S.A en el siguiente link:

[http://www.facebook.com/groups/220305934710847/?profile\\_pic\\_upload=1&success=1#!/pages/La-Stamperia-SA/259290730798230](http://www.facebook.com/groups/220305934710847/?profile_pic_upload=1&success=1#!/pages/La-Stamperia-SA/259290730798230)

Aquí lograran evidenciar la historia de la comunidad investigada, entrevistas, imágenes, videos, fotos en donde se realizo el grupo focal, y las herramientas de comunicación que hemos empleado para mejorar los procesos comunicativos, cuenta con integrantes de la Stamperia y cada día se realiza una actividad o una actualización al perfil.

## 6. CONCLUSIONES

La creación del comité de comunicaciones logró ejecutar todas las actividades propuestas en el desarrollo de la investigación. Lo que permitió mejorar de manera evidente los procesos de comunicación de la comunidad empresarial.

Se establecieron canales directos de comunicación como los ejecutivos de cuenta, en el proceso de comunicación vertical ascendente, esto permitió que la información se filtrara de manera formal, evitando las reuniones en el cafetín, los comentarios de pasillo y la comunicación informal.

El uso de las carteleras de información, el buzón de sugerencias, el comité de comunicaciones, motivó a la comunidad a facilitar el manejo de las circunstancias difíciles a través del uso de la comunicación, generando mayores lazos de confianza, empatía y hermandad entre sus integrantes

La comunicación interna permite que la misión y la historia de la organización sean compartidas por todos, ignorar el beneficio que ésta trae a la comunidad es perder su identidad y concepción como red social, esta investigación logró identificar la deficiente comunicación interna en esta comunidad y a través de las diferentes, teorías, modelos, métodos cuantitativos y herramientas de la comunicación mejorar este aspecto.

El uso de las redes sociales permitió ampliar los canales de comunicación externos, otorgándole a la comunidad una nueva herramienta de comunicación que es útil para su actividad y desarrollo como red.

## 8. ANEXOS



NIT. 811.029.646 - 6

Itagüí, 16 de noviembre de 2011

Señores  
**TUTORES UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA**  
**UNAD**  
Ciudad

Apreciados Señores

Como directora administrativa de la stamperia s.a, quiero reconocer el importante trabajo de investigación que adelanta la Sra. Leticia Flórez estudiante de comunicación social de la UNAD. Primero quiero aclarar que aunque la STAMPERIA S.A en una empresa del sector privado, y esto es un limitante para el trabajo que actualmente se adelanta, somos una sociedad de origen familiar, o como dice Leticia, somos un grupo social que se caracteriza por una complejidad de redes de relación interpersonal, en las cuales la intimidad y la convivencia, permanente en el tiempo, hacen de ella un grupo específico. En el desarrollo de este grupo o red social, hemos presentado varias falencias en torno a la comunicación y solución de conflictos, que de manera directa o indirecta se traduce en problemas interpersonales que afectan a la red de trabajo.

Por este motivo he dado mi autorización de adelantar un proyecto de investigación, dirigido por el estudiante, enfocado en las redes sociales, que no busca ningún beneficio económico para la compañía, sino por el contrario mejorar los procesos de comunicación interna y externa, teniendo como objetivo principal, la neutralización de conflictos.

Este trabajo ha sido de vital importancia, pues hemos diagnosticado que en los procesos de comunicación, nuestra red no tiene canales directos para comunicarse, además utilizamos un sistema de comunicación vertical, que en su desarrollo se traduce en una comunicación informal. "Una red no es simplemente un grupo, una suma de relaciones interpersonales, una red social se activa a partir de relaciones significativas para cada miembro de la misma". Por este motivo Considero que este trabajo de investigación nos ayudara a entendernos no solo como grupo de trabajo, sino como red social. En donde todos establecemos acciones concretas con el fin de modificar nuestro entorno en situaciones que comprometen nuestros intereses mediante sistemas de comunicación.

Teniendo en cuenta todos estos puntos de vista, y dejando claro que no tenemos ningún interés lucrativo, si no social, les remito a ustedes, permitir continuar con el desarrollo de este valioso trabajo que ha venido desarrollando Leticia en nuestra organización.

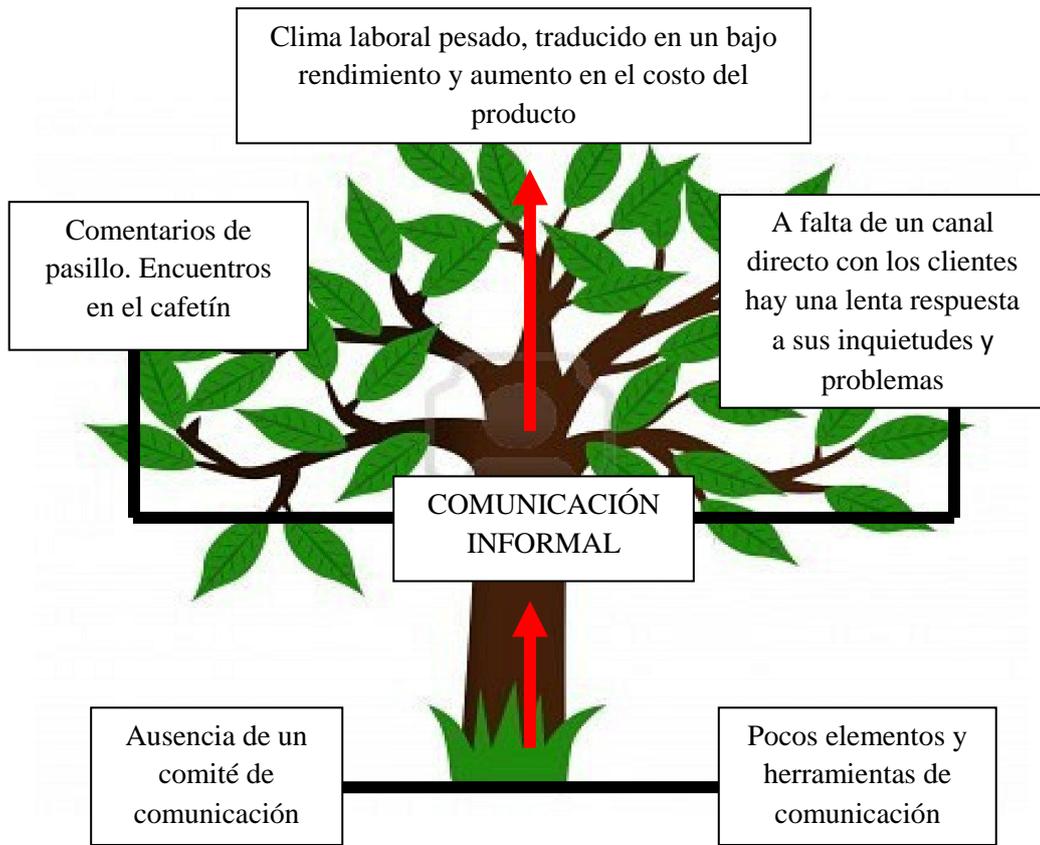
Muchas gracias



**VIVIANA LUCIA ZULUAGA ISAZA**  
Directora Financiera y Administrativa

---

CARRERA 42 No. 46 - 129 ITAGÜÍ PBX: 377 10 42 - 377 07 07 FAX: 377 02 75 MEDELLÍN - COLOMBIA  
CALLE 11A No. 38 - 54 PBX: (01) 247 34 11 TELEFAX: (01) 375 10 88 Ext. 109 BOGOTÁ - COLOMBIA  
e-mail: [lastamperia@gmail.com](mailto:lastamperia@gmail.com) • [laestamperiatextil@gmail.com](mailto:laestamperiatextil@gmail.com)



## Redes sociales virtuales



## Cartelera comunicacional



Comité de comunicaciones la Stamperia S.A.



## 7. BIBLIOGRAFÍA

Minuchin, Salvador. (1982), *Familia y terapia familiar*. Buenos Aires: Traducción Victor Fichman Gedisa, 3ra edición.

Echeverry A., Ligia. “*Tendencias o rupturas de la familia colombiana*”, en Revista Maguaré, Universidad nacional de Colombia. Vol. 9, No. 10. 1994. Pp. 159 176.

Sluzki, Carlos. *La red Social: fronteras de la práctica sistémica*. Gedisa, Barcelona, 1996.

Henao. Diego F, *Comunicación y redes sociales*. UNAD. Bogotá. 1998, pp. 134-148.

Maldonado, Ma Cristina. *Conflicto, poder y violencia en la familia*. Universidad del Valle, 1995, p.7.

Alvarez, Juan L; Jurgenson, Gayou. (2.003) *Cómo Hacer Investigación Cualitativa. Fundamentos y Metodología*. Editorial Paidós Educador. México- D. F.

Universidad Nacional Abierta y a Distancia. (2011). *Módulo 1: la comunicación en lo social y lo comunitario*. Tunja: El Autor.

Universidad Nacional Abierta y a Distancia. (2011). *Módulo 2: comunicación y enfoques de redes sociales*. Tunja: El Autor.

Universidad Nacional Abierta y a Distancia. (2011). *Módulo 3: análisis de la comunicación en las redes sociales*. Tunja: El Autor.

Universidad Nacional Abierta y a Distancia. (2011). *Módulo Construcción de Redes Sociales de Comunicación*. Tunja: El Autor.

Puyal, E. (2001): *"La comunicación interna y externa en la empresa"*, campus.com, Sociología. Recuperado el 03 de 12 de 2011, de <http://www.5campus.com/leccion/comui>