

**COMUNICACIÓN PARA LA FORMACIÓN Y EL BIENESTAR PARA LOS
EMPLEADOS DE C.I. BANACOL S.A. SEDE URABÁ**

MARIA VICTORIA LOPERA MALDONADO

Trabajo de grado para optar el título de Comunicadora y Periodista

ASESOR

DIEGO LEÓN SALAZAR VARGAS

MG. COMUNICADOR Y RELACIONISTA CORPORATIVO

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA LASALLISTA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y EDUCACIÓN

COMUNICACIÓN Y PERIODISMO

CALDAS - ANTIOQUIA

2013

Contenido

INTRODUCCIÓN	6
OBJETIVOS	7
OBJETIVO GENERAL:	7
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	7
JUSTIFICACIONES	8
IMPACTO CIENTÍFICO Y TECNOLÓGICO.....	8
IMPACTO SOCIAL Y ECONÓMICO	9
MARCO TEÓRICO	10
GESTIÓN.....	10
TALENTO HUMANO	11
COMUNICACIÓN.....	12
COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	13
COMUNICACIÓN EDUCATIVA	14
ANDRAGOGÍA.....	15
PROCESOS DE FORMACIÓN	16
PROCESOS DE INDUCCIÓN.....	16
ORGANIZACIÓN DE EVENTOS.....	17
PROTOCOLO.....	17
RELACIONES PÚBLICAS	18
METODOLOGÍA.....	19
RESULTADOS.....	22
ANÁLISIS DE RESULTADOS	24
CONCLUSIONES.....	26
RECOMENDACIONES.....	27
REFERENCIAS	28

Lista de imágenes

"IMAGEN 1 PROCESOS DE COMUNICACIÓN..... 14

4

Resumen

Este documento es el informe final de la práctica realizada en C.I. Banacol S.A. durante seis meses; se basó principalmente en la ayuda que el área de Formación y Bienestar de la compañía podría brindarle a todos sus empleados; se evidencia todo el esfuerzo y apoyo humano que se tuvo en cada uno de los procesos de formación que se lideraron desde el área con apoyo de las áreas de Gestión Humana, siempre enfocados en el bienestar de sus empleados y el beneficio de sus familiares.

Se argumentan los objetivos principales que se plantearon desde el inicio de la práctica empresarial, y el cumplimiento a cabalidad con cada uno de estos, además de la metodología utilizada para el logro de estos, y la teoría la cual fue base fundamental que ayudo en el mejor análisis de resultados, los cuales se evidenciaban al final de cada procesos de formación que se realizaba dentro de la empresa.

Abstract

This document is the final report about the practice in C.I. Banacol S.A during six months; based on the help that the area of formation and welfare provides to all their staff; evidenced all the effort and human support that had in all the process of formation that was led from the area, with the help of the human management areas, always focused in the wellness of their employees and their families.

Argued the main objectives that arise from the start of business practice and the satisfactory achievement of each one, including the methodology and theory, essential for the best analysis of results, evidenced in the final of each process of formation realized into the company.

Introducción

C.I. Banacol S.A. es una empresa productora y comercializadora de frutas y verduras, ubicada en Apartadó, con cerca de 8.000 mil empleados tanto operativos y administrativos. Esta es una empresa líder y conocida en el mundo, por la excelencia y calidad en sus productos, la cual cuenta con el área de formación a través de la cual se promueve el mejoramiento continuo de lo colaboradores contribuyendo al mejoramiento de sus competencias. Este informe se constituye en la sistematización de la práctica empresarial realizada justamente en esta dependencia entre los meses de agosto de 2012 y febrero de 2013.

En desarrollo de este ejercicio académico la practicante desarrolló no solo procesos propios del área en la cual se desempeñó, sino que también estableció relaciones laborales con el personal de las áreas productivas de los frutos de Banacol, lo que le permitió conocer diversos procesos que se realizan dentro de la empresa, así como el control sobre cada uno de éstos, adquiriendo conocimiento complementarios vitales para la práctica.

El área de formación y bienestar en Banacol es primordial, está integrada por los practicantes de formación y bienestar, la jefatura de Formación y Bienestar; y el Director de Gestión Humana Urabá.

En el desarrollo de la práctica se pretendió contribuir al proceso de gestión del talento humano desde el componente de comunicación educativa, pues justamente es a través de éste que se puede favorecer y promover el desarrollo de las competencias a los empleados administrativos y operativos, así como la promoción de programas de Bienestar para el colaborador y su grupo familiar.

Objetivos

Objetivo general:

Contribuir al proceso de gestión del talento humano desde el componente de comunicación educativa, a través del cual se favorezca y promueva el desarrollo de las competencias a los empleados administrativos y operativos, así como la promoción de programas de Bienestar para el colaborador y su grupo familiar

Objetivos Específicos

Coordinar los procesos de inducción corporativa a fin de alcanzar una mejor adaptación del nuevo colaborador al ambiente laboral y a su vez un reconocimiento de parte de las personas de los aspectos fundamentales y claves en el ámbito organizacional para su desempeño.

Promover los procesos de formación continua entre los trabajadores de la empresa, así como proporcionar unas buenas condiciones para la realización de los mismos y la producción de piezas educativas que aportan en el proceso.

Apoyar la organización de los eventos institucionales que propenden por el bienestar del trabajador y su grupo familiar.

Justificaciones

Impacto Científico Y Tecnológico

El éxito de una organización, está en gran medida, en la capacidad de aprender y de adaptarse a las realidades de la organización. Este aspecto es clave a la hora de pensar en el gerenciamiento del talento humano, que para efectos de esta práctica tuvo énfasis en la contribución que desde la comunicación se puede hacer.

Como futura profesional de Comunicación y Periodismo, se hace evidente la aplicabilidad de los conocimientos que obtenidos a lo largo del proceso formativo, en concreto todas aquellas materias de las cuales se relacionaban con el ser humano, hago referencia a cursos como sociología, psicología, comunicación organizacional; claves para el desempeño de las funciones asignadas dentro de la empresa.

Si bien una de las actividades asignadas, fue la coordinación de la inducción corporativa, no podemos entenderla como una acción puntual, sino que casi en un primer encuentro cara a cara vital y fundamental para el buen desempeño organizacional, asunto por el cual fue de interés mirar aspectos de la didáctica e incluso Andragogía como pilares de la fundamentación conceptual en este contexto.

Impacto Social Y Económico

El principal impacto fue el derivado de estos procesos de inducción y formación, que gracias a la buena puesta en escena de cada uno, pudieron generarse aprendizajes significativos que permitieron a las personas hacer las cosas mejor en el ámbito organizacional, lo cual represento una ganancia tanto para la organización como para la persona que hace parte de la misma.

Durante la realización la práctica en la empresa, se pudo afirmar que no es tanto el beneficio económico que pude adquirir, sino el conocimiento que logre obtener de todos los procesos que comencé a desarrollar en el área al cual pertenecí; y es que este no solo me beneficio a mí como practicante, la empresa también se vio beneficiada; a través del impacto social en los trabajadores operativos y administrativos de la empresa, creando sentido de pertenencia por esta y así optimizar todos los procesos que allí se realizan, generando mayor producción.

Marco Teórico

Como todo ejercicio profesional es fundamental que la gestión pueda tener suficiente soporte conceptual y que las acciones no se enmarquen desde lo empírico, mucho menos cuando se trata de un ejercicio en el ámbito empresarial. En tal sentido es necesario encontrar la sustentación de este trabajo en el cual se puedan destacar las definiciones conceptuales que se tomarán como base para el óptimo desarrollo de los objetivos planteados, tomando como base, principalmente las opiniones de autores que puedan darle un valor agregado a esta sistematización del ejercicio de práctica profesional.

Gestión

“Son guías para orientar la acción, previsión, visualización y empleo de los recursos y esfuerzos a los fines que se desean alcanzar, la secuencia de actividades que habrán de realizarse para lograr objetivos y el tiempo requerido para efectuar cada una de sus partes y todos aquellos eventos involucrados en su consecución.” (Díaz, Mota & Tovar, 2010). Es por esto que se puede afirmar que para conseguir los objetivos planteados y lograr un óptimo desempeño dentro de una empresa, se debe seguir una serie de procesos establecidos para obtener los resultados esperados.

Además se podrían tratar aquellas tipos de gestión que se relacionen con las empresas y los procesos que se lleven dentro de ellas, “la gestión de empresa consiste en asumir la responsabilidad de conducir la empresa (dentro de un marco de reglas, procedimientos, aspectos legales y éticos) hacia objetivos concretos y en tiempos específicos, planificando las actividades que se consideren necesarias, organizando los recursos disponibles, dirigiendo a las personas y

controlando que lo planificado se vaya cumpliendo o adaptando a las realidades del mercado o contexto.” (Thompson, 2012).

Un segundo concepto, fundamental para desarrollar en relación con los objetivos propuestos en la práctica empresarial tiene que ver con el talento humano.

Talento Humano

Con la actual globalización y el constante cambio que ocurre dentro de las empresas, es importante implementar nuevas maneras de gestionar los procesos que se realizan dentro de ellas, para lograr una mayor acogida de la empresa por parte de sus empleados. “El talento humano es el que hace que las organizaciones funcionen. Son ellos los encargados de controlar la calidad, diseñar, producir, distribuir los productos y servicios, así como de establecer sus objetivos y estrategias. Sin gente eficiente es imposible que una organización logre sus objetivos.

La selección del talento humano funciona como un filtro que permite que sólo algunas personas puedan ingresar a la organización. Una selección desafortunada puede impedir el ingreso de una persona con gran potencial o evitar el ingreso de alguien con influencia negativa que pueda afectar el éxito de la organización.” (Revista La Barra, Ed. 29).

Para cualquier organización resulta clave seleccionar el talento humano que más se ajuste al perfil. Una empresa no deja de vincular a una persona porque es “mala” para su quehacer, la deja de vincular es porque no cumple con el perfil requerido que le permita potencializar de una mejor manera la gente de la organización. Porque con un talento humano que tenga el perfil requerido es mucho más fácil que una organización se enfoque al logro de los objetivos que se propone.

Comunicación

Si bien es el medio por el cual las personas desean transmitir cualquier tipo de información a un público objetivo; en las empresas se implementa para tener una retroalimentación que puedan tener los empleados de una compañía y así mejorar todos los procesos que se lleven dentro de estas. “La comunicación constituye, pues, una característica y una necesidad de las personas y de las sociedades, por primitivas que sean (incluso no racionales), con el objetivo de poder intercambiarse informaciones y relacionarse entre sí.

La comunicación debe tener su presencia en las empresas como soporte para la toma de buenas decisiones, ayudando a encaminar los objetivos de la misma con elementos e ideas creativas de planes estratégicos soportados en comunicación.

Desde un punto de vista más técnico o comercial, podríamos definir la comunicación, o mejor dicho el acto de comunicar, como un proceso más o menos complejo en el que dos o más personas se relacionan y, a través de un intercambio de mensajes con códigos similares, tratan de comprenderse e influirse de forma que sus objetivos sean aceptados en la forma prevista, utilizando un canal que actúa de soporte en la transmisión de la información” (Hofstadt, 2005, pág. 9).

La comunicación en una organización en sí es compleja, pues está atravesada por una cantidad de variables que permiten su éxito en término de la comunicación efectiva o sus afectaciones desde los rumores, la desinformación y otros factores que afectan la comprensión.

“Así mismo, concebir a las organizaciones como sistemas implica la interdependencia de sus elementos y, por ser la comunicación el factor que integra sus componentes, es esencial para su desarrollo pues a través de ella, se definen, establecen, comparten y retroalimentan la misión,

visión, valores, programas, planes y proyectos; estrategias, objetivos, políticas, normas, reglas, actividades y resultados, entre otros.”(Arras, Jaquez & Fierron, 2008, vol. 63).

Es justamente en este sentido que se puede afirmar que la comunicación es un asunto transversal en la empresa, la atraviesa por completo, permite su interconexión y facilita el trabajo sistémico en la medida que logra la unión de las dependencias en su quehacer diario para cumplir los propósitos organizacionales. Vemos entonces la perspectiva de la comunicación desde el enfoque organizacional.

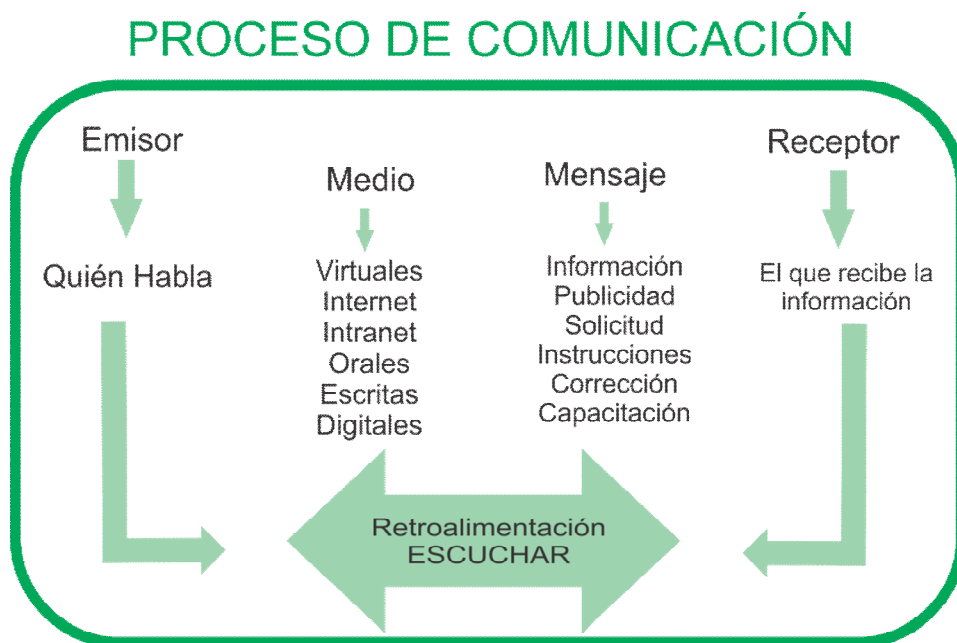
Comunicación Organizaconal

“Es un proceso mediante el cual la empresa o institución habla con sus públicos internos y externos. Busca una imagen positiva y un clima organizacional favorable para todos los integrantes de la organización.”(Comunicación Organizacional. Recuperado de <http://www.slideshare.net/adrysilvav/comunicacion-organizacional-1151478#btnNext>).Es pues la comunicación propia del ambiente organizacional la que se traduce en la conexión de una organización con sus públicos o grupos de interés.

Es la comunicación la que revitaliza a la organización a través de los diferentes mensajes que circulan bien sea al interior o exterior de ésta “la comunicación organizacional es el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y los diferentes públicos que tiene en su entorno”. (Fernández, 2003, pág. 11).

El público es la razón de ser de una organización, sin ellos jamás tendría sentido cualquier empresa que esté en desarrollo, pues son éstas las que realizan los esfuerzos para lograr satisfacer a sus públicos.

“Imagen 1 Procesos De Comunicación



Si no esta dispuesto a escuchar, el producto de la comunicación no será exitosa ”

(Comunicación Organizacional. Recuperado de

<http://www.slideshare.net/adrysilvav/comunicacion-organizacional-1151478#btnNext>).

Comunicación Educativa

Podría la comunicación clasificarse de muchas maneras, digamos que apellidos diversos suelen ponerse para indicar un énfasis o enfoque o tipología comunicacional, en el marco de este ejercicio académico es vital traer a escena la definición de la comunicación cuando tiene un enfoque educativo “la comunicación es un proceso esencial de la actividad humana a través de todos los tiempos ha tenido cambios que dependen de las condiciones históricas concretas en las que se ha desarrollado el hombre, a pesar de esto la comunicación es una temática que se ha

estudiado con mayor profundidad en los últimos 20 a 25 años, resulta este tema de gran interés dentro de la vida social por ser la forma más directa en la que el hombre refleja de manera más clara algunas características de su personalidad que se forma en el proceso de interiorización y asimilación de las experiencias acumuladas, es por ello que la comunicación juega un importante papel en el proceso de socialización.” (Bocanegra, Fundora, H. González, M.T. González & Reyes, s.f).

Andragogía

Así como en los niños se habla de pedagogía con los adultos hablamos de Andragogía. “La Andragogía es la disciplina que se ocupa de la educación y el aprendizaje del adulto”. (Yturralde, s.f).

La educación es el eje clave de la andragogía o pedagogía, “La educación se define como un proceso de socialización por medio del cual las sociedades transmiten formalmente a sus nuevos miembros, a través de instituciones docentes, una serie de conocimientos, valores, lineamientos, procedimientos y directrices como normas e instrumentos de desempeño en los diferentes ámbitos de la vida de un individuo”. (Yturralde, s.f).

“El adulto es un ser biológico desarrollado en lo físico, en lo ecológico y social capaz de actuar con autonomía en un grupo social y en último término decide su propio destino. En el hecho pedagógico intervienen factores biológicos, históricos, Antropológicos psicológicos y sociales”. (Acosta, Dihmes, Ramírez & Rosado, s.f).

Procesos De Formación

Cuando hablamos de formación hay que ligarlo al proceso, a esa secuencia de pasos que deben darse para que algo se dé, específicamente el proceso de formación en el ámbito empresarial nos dice que, “La formación abarca el proceso de capacitación, desarrollo de carreras, actualización y reciclaje de todos los miembros, en correspondencia con las necesidades surgidas a partir de los objetivos estratégicos, la proyección y renovación de los directivos, de la determinación de deficiencias e insuficiencias en el desempeño y los intereses colectivos e individuales”. (Miralba, Marín de León & Ojed, 2007).

Procesos De Inducción

Cuando los sujetos ingresan a una empresa requiere de una especie de encuadre, un proceso de adaptación para el cual es fundamental un acto como la inducción corporativa, nos referimos al “proceso inicial por medio del cual se proporcionará al nuevo empleado la información básica que le permita integrarse rápidamente al lugar de trabajo. Es común que la inducción incluya: los valores de la organización, misión, visión y objetivos, políticas, horarios laborales, días de descanso, días de pago, prestaciones, historia de la empresa, servicios al personal, calidad, servicio al cliente y trabajo en equipo, visita a instalaciones, programas especiales, servicio de medicina preventiva, entre otros puntos. Este proceso de adaptación se da tanto en el puesto de trabajo como en la organización.” (Jofre, s.f).

Y este proceso debe enfocarse a la comprensión y lineación del individuo con los intereses organizacionales “Para que un programa de inducción sea efectivo el individuo debe encausarse en la misma dirección de los objetivos de la empresa.” (Bermúdez, Meza & Díaz, s.f).

Organización De Eventos

“La organización de eventos es el resultado de la búsqueda constante, por parte de las empresas, de nuevas herramientas para comunicarse con sus públicos. Esta herramienta nace y evoluciona para responder a la necesidad de diferenciación de productos, y a la necesidad de transmitir mensajes cada vez más complejos.” (Galmés, 2010, pág. 13). Es así como se afirma que todos aquellos procesos logísticos que se desarrollan dentro de una empresa para desarrollar un evento, sirven para mantener una relación y comunicación constante y activa con los stakeholders (grupos de interés) de la misma.

Protocolo

Cualquier evento o certamen requiere de la puesta en marcha de una herramienta fundamental como el protocolo “conjunto de normas que permiten dar orden y solemnidad a cualquier ceremonia, sea cual sea su tamaño y alcance, es necesario dentro de la organización consolidar este trabajo desde una perspectiva referencial y rigurosa, ya que los esfuerzos de éste permiten validar la imagen corporativa tanto dentro como fuera de la organización.” (Rodas, 2012, pág. 13). En este sentido es necesario considerar que existen diferentes tipos de protocolo, entre ellos el empresarial, para el cual es básico y fundamental conocer los principios generales

pues estos se llevan o extienden por asociación en la empresa, además de conocer normatividad interna y costumbres que pueden determinar el protocolo.

Relaciones Públicas

“Cualquiera sea el ámbito de trabajo, en instituciones públicas o privadas, en empresas comerciales o en entidades sin fines de lucro, Relaciones Públicas es la actividad destinada a crear y afianzar vínculos favorables entre los públicos y la organización; sus acciones están orientadas a establecer y mantener líneas de comunicación, comprensión y cooperación mutua que fortalezcan el buen nombre de la institución. Se dice que las Relaciones Públicas son “la diplomacia de los negocios”; en efecto, desarrollan una función –planificada y sistemática– orientada a generar entendimiento entre la empresa y sus públicos y de esta forma proyectar la mejor Imagen de la organización.” (Iruetagoiena, s.f).

Con las relaciones públicas hacemos referencia a las relaciones que una organización determina hacer con sus públicos o grupos de interés, internos y externos, y asuntos como los procesos de formación, de inducción y eventos empresariales son herramientas fundamentales claves, por ejemplo para fortalecer el relacionamiento con un grupo de interés tan importante como los colaboradores de una empresa.

Metodología

Es una metodología cualitativa, la cual se emplea para poder llevar a cabo los procesos que se plantearon en los objetivos específicos; permite saber en que punto estamos y que podemos mejorar dentro de estos para obtener unos mejores resultados

Los procesos de inducciones corporativas tanto administrativas como operativas se realizan de la siguiente manera

Inducción Corporativa Administrativa: envío de un correo a la persona encargada de realizar todo el proceso de selección, para verificar si hay ingresos y realizar la inducción, luego de la confirmación se procede a realizar la reserva de la sala donde se lleva a cabo la inducción y la preparación del material de apoyo (video beam, lista de asistencia, formato de evaluación del evento, cartilla del código de conducta y evaluación de aprendizaje.) En esta charla se les proporciona toda la información necesaria para tener un conocimiento completo acerca de la empresa, Banafé y el Centro de Administración de Documentación (CAD), les proporcionan una conferencia explicándoles qué funciones tienen en la empresa y cómo se relacionan con ellos.

Inducción Corporativa Operarios: se envía a los asesores de Gestión Humana de los grupos de fincas un correo para verificar si hay ingresos y realizar la inducción, luego de la confirmación se procede a realizar la carta de autorización de ingreso a las instalaciones para los nuevos operarios, posteriormente se realiza la reserva de la sala donde se llevará a cabo la inducción y la preparación del material de apoyo (video beam, lista de asistencia, formato de evaluación del evento, cartilla del código de conducta e inscripciones a competencias laborales). Además de la charla que les proporciona Corbanacol, Banafé y Salud Ocupacional. Al finalizar

la inducción de operarios se procede a enviar un correo a los asesores de Gestión Humana de los grupos, afirmándoles que los operarios asistieron a la inducción corporativa.

El proceso de formación más sobresaliente que se desarrolló en la empresa fue “Con Autocuidado Cultivamos Bienestar”, consiste en brindar capacitaciones que se hacen al personal operativo de las fincas con el fin de concientizarlos para que tengan una autoestima alta; Salud Ocupacional, Formación y Bienestar son las áreas que brindaron apoyo en estas capacitaciones, además de la Administradora de Riesgos Laborales ARL Positiva.

Se realizó con 5 fincas pilotos; las fincas Sol Luna, Finca 3, Durazno, Cafetal y Banafinca, en donde se evidenció un grado de alta accidentalidad laboral, luego de realizar los test en donde estudiaron cuál era el grado de autoestima que tenían los trabajadores por sí mismos, entre otros factores. En el segundo semestre del año 2012 se desarrollaron los módulos avanzados los cuales consistieron en afianzar los conocimientos que se adquirieron en los módulos básicos los cuales se llevaron a cabo en el segundo semestre del año 2011 y el primer semestre del año 2012.

El sicólogo es quien dirigió estas capacitaciones, además de la persona de apoyo que asistió a las visitas que se realizaron a las fincas, fue quien ayudo en algunas de las actividades que se desarrollaron durante este proceso, como la planificación de las visitas y la coordinación del personal que asistió a la capacitación; además de conformar un equipo con el sicólogo, se le ayudo a instalar las diferentes bases que se necesitaron utilizar para la realización de cada módulo.

Se tiene programado visitar las cinco fincas en el primer trimestre del año 2013, en donde se realizaron los módulos avanzados, para hacer entrega de los distintivos para aquellos

trabajadores que son líderes en “Con Autocuidado Cultivamos Bienestar”, capacitaciones que se le dicto al personal operativo.

Los eventos corporativos que se llevaron a cabo durante el año en la compañía, son importantes para mantener una socialización permanente de todos los empleados de la empresa, además de poder integrar el grupo familiar con el cual interactúan a diario.

Se lleva un calendario de aquellas fechas especiales del año y que puedan ser relevantes en la compañía para poder festejarlas, como lo son el día de la madre, día de amor y amistad, día del niño, fiesta de navidad entre otros.

Para estos eventos se tiene en cuenta los siguientes aspectos; la organización de silletería y mesas, refrigerio que puedan brindarnos los proveedores, material de apoyo como bafles, micrófonos, además del personal humano que ayuda en toda la logística que puedan necesitar dichos eventos y aquellas personas que asistirán a determinado evento.

Resultados

El conocimiento posterior que se llevan de este evento es conocer en realidad qué es la compañía, como está compuesta, cual es el negocio al que se dedica, sus principales clientes, qué frutas tropicales comercializa, además de producirlas, teniendo en cuenta que la inducción corporativa es el primer pilar o contacto que tiene este personal acerca de la empresa.

Durante el segundo semestre del año 2012 dentro de la compañía ingresaron 141 personas nuevas, correspondientes a 109 operarios con un 98,5%, y 32 administrativas con un 98% de asimilación y aprendizaje positiva, sobre la información que se les brinda en las inducciones corporativas.

Después de haber realizado el análisis durante el desarrollo de los módulos tanto básicos como avanzados del programa “Con Autocuidado Cultivamos Bienestar”, y el apoyo brindado por la Administradora de Riesgos Laborales ARL Positiva; se evidenció que en los módulos básicos los casos de accidentalidad laboral se redujeron en un 25% en el 2011 y el 20% en el 2012; una de las fincas que reportaba mayor número de accidentes laborales era Banafinca quien sorprendentemente comenta su administrador Ángel Moreno Mosquera se redujeron en un 70%.

La positiva percepción del personal operativo que asistió a estas capacitaciones, es alentadora, además de concientizarse de tener una autoestima alta, aprendieron a compartir en familia y realizar actividades que antes no hacían, tales como tareas con los hijos, compartiendo tiempo con ellos y aprendiendo a conocerlos, además de la percepción que tienen ellos acerca de sus padres.

Es de vital importancia resaltar que los mayores beneficiados con este proyecto que se realizó en la compañía fueron los trabajadores por el impacto social, además del impacto

económico positivo que la empresa obtuvo de estos resultados; también destacar que al Banacol liderar este proyecto sirvió como “conejiillo de indias” para que otras empresas de la zona dedicadas al mercado bananero utilizaran estas capacitaciones para reducir los accidentes laborales dentro de sus fincas.

Se evidenció un alto grado de satisfacción por parte de las personas que asistieron a los eventos realizados por la compañía, además la disminución del estrés laboral que pudieran tener los trabajadores generados por sus grandes cargas de trabajo, con el cambio de espacio se evidencian estos resultados de manera positiva en el desempeño que se pueda generar a futuro.

Análisis De Resultados

Sobre las Inducciones Corporativas

Aunque para la empresa es sumamente importante realizar las inducciones a personas que están en proceso para hacer parte de la organización, considero que en ocasiones se hacen más monótonas y repetitivas frente al objetivo principal de las inducciones para los empleados.

Para la empresa siempre ha sido y seguirá siendo un punto de referencia el aprendizaje que les pueden dar a los futuros empleados que formaran parte de la organización. En ocasiones se deberían omitir ciertos procesos en dichas inducciones, los cuales pueden llegar hacer poco útiles para los procesos que realizarían dentro de la organización.

Sobre los procesos de formación

Según los análisis realizados a los casos de accidentalidad en las fincas, se dio a conocer la reducción en un porcentaje amplio entre los años 2011 y 2012. Por estos casos es importante que la empresa continúe con programas como “Con Autocuidado Cultivamos Bienestar”, ya que éstos le dan más apoyo a la imagen de la empresa frente a los empleados, en especial a los que cultive y recogen los productos que se comercializan.

Es muy importante que todas las empresas fomenten programas que les brinden a los empleados oportunidades de cuidado, protección, salud, aprendizaje y buena comunicación entre todos en la organización, puesto que es positivo tener programas para que los empleados

encuentren en ellos apoyo para hacer de su cotidianidad en la empresa algo positiva, equilibrada y poco pesada.

Sobre los eventos corporativos y fechas especiales

En conclusión, todas las empresas tienen que generar y fomentar programas, actividades y eventos que conlleven a la comunidad de la organización a tener un mejor ambiente laboral, tanto individual como grupal, ya que esto les brindará más oportunidades de crecimiento profesional en el ámbito de la empresa. Toda empresa debe tener en sus pilares el bienestar de la organización y el desarrollo como personas, puesto que ellos le brindaran a ésta un crecimiento frente a los diferentes clientes directos e indirectos.

Conclusiones

Pese a que el proceso de inducción se hace algo tedioso para quienes participan en este, por la cantidad de información entregada y la extensión de la jornada; este es fundamental para que las personas se hagan una mejor idea de la organización, conozcan el detalle de sus negocios y varios aspectos claves de la cultura organizacional.

Así se ratifica este aspecto en las evaluaciones que se realizan al final de estos procesos.

La formación permanente del trabajador en asuntos relacionados con el autocuidado, son fundamentales para cualquier empresa que se preocupa por sus colaboradores.

Cabe destacar que el trabajo realizado en este aspecto en Banacol, se convirtió en referente para otras fincas de la región, las cuales han venido implementando esta buena práctica. Es fundamental en este proceso, seguir avanzando para que el trabajador tome conciencia de su cuidado personal y el de sus compañeros, así como el rol que este cumple en el trabajo en equipo, para el logro de un objetivo en común.

Los eventos institucionales y conmemoraciones, contribuyen a la integración, la motivación y en términos generales, al bienestar de los colaboradores de Banacol, en tanto se constituyen en espacios que facilita y promueva la interacción entre las personas; en este sentido, es fundamental que la empresa continúe haciendo esfuerzos por facilitar estos espacios.

Recomendaciones

Frente a las inducciones corporativas

Ajustar la presentación para evitar que se repita la información en la misma.

Explorar otras metodologías para exponer el proceso de la inducción, para que no se haga tan monótono.

Ser un poco flexibles en el horario, en el cual, se presenta la inducción para que no se le haga muy pesado a los asistentes.

Frente al programa Con Autocuidado Cultivamos Bienestar

Hacer un control permanente del proceso de aprendizaje “Con Autocuidado Cultivamos Bienestar” en las fincas en donde se realizaron las capacitaciones.

Contar con un profesional de la psicología en el acompañamiento posterior a las capacitaciones antes proporcionadas al público objetivo.

Frente a los eventos corporativos

Tener una programación anual de las fechas y actividades institucionales que se van a tener.

Referencias

Acosta, Rosanna. Dihmes Flores, Allyn. Ramírez Guerrero, Germán Alexander. Rosado D'Oleo, Sori. *Andragogía*. Recuperado de <http://www.monografias.com/trabajos10/andra/andra.shtml#he>

Arras Vota, Ana Maria. Jaquéz Balerrama, Jose Luis. Fierro Murgo, Luz Ernestina. (2008) *Comunicación y cambio organizacional Tenerife: Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social*. Recuperado de http://www.revistalatinacs.org/08/35_792_51_Chihuahua/Ana_Maria_Arras.html

Bermúdez, Liliana. Meza, Katy Judith. Díaz, Iván. *Consideraciones básicas para un proceso de inducción a una empresa*. Recuperado de <http://www.buenastareas.com/ensayos/Proceso-De-Induccion/265448.html>

Bocanegra Rodríguez, Jorge. Fundora Calderón, Iván. González Orama, Haydee. González Orama, María Teresa. Reyes Suárez, Belkis. *La Comunicación Educativa*. Recuperado de <http://www.monografias.com/trabajos72/comunicacion-educativa/comunicacion-educativa3.shtml>

Comunicación Organizacional. Diapositiva 2 Recuperado de <http://www.slideshare.net/adrysilvav/comunicacion-organizacional-1151478#btnNext>

Comunicación Organizacional. Diapositiva 3 Recuperado de <http://www.slideshare.net/adrysilvav/comunicacion-organizacional-1151478#btnNext>

Díaz, Maria Isabel. Mota, Jonaidi. Tovar, Johana. (2010). *Definición y Tipos de Gestión*. Recuperado de <http://johanatov.blogspot.es/>

Fernández Collado, Carlos. (2003). *La comunicación en las organizaciones*. México, Editorial Trillas

Galméz Cerezo, María Asunción. *Tesis Doctoral La organización de eventos como herramienta de comunicación de marketing*. España.

Hofstadt, Carlos J. Van-der. (2005)*El libro de las habilidades de comunicación*. España. Ediciones Díaz de Santos, S.A.

Iruretagoyena, Alicia. *Relaciones Públicas y Ceremonial*. Recuperado de <http://comunicarimagen.com.ar/index.php?idsubboton=16&id=17#>

Jofre, Roxana. *Programa de Inducción ¿Para qué sirve?* Recuperado de <http://www.sht.com.ar/archivo/temas/inducccion.htm>

Miralba González, Yamira. Marín de León, Iriadna. Ojed Mesa, Leonardo. (2007). *Los procesos de formación y capacitación de recursos humanos en el Sector Cooperativo*. Recuperado de <http://www.monografias.com/trabajos45/capacitacion-recursos-humanos/capacitacion-recursos-humanos2.shtml>

Revista La Barra, La Importancia del Talento Humano. Edición 29. Recuperado de <http://www.revistalabarra.com.co/larevista/Edicion-29/recursos-humanos-2/la-importancia-del-talento-humano.htm>

Rodas Jaramillo, Isabel Cristina. (2012). *Fortalecimiento de la identidad corporativa de Cesde a través de la elaboración de un manual de protocolo y estilo corporativo*. Colombia.

Thompson, Iván. (2012). *¿Qué es Gestión de Empresa?*. Recuperado de <http://www.gestiondeempresas.com/notas/que-es-gestion-de-empresas.html>

Yturalde, Ernesto. *Andragogía... ¿Qué es la Andragogía?*. Recuperado de <http://www.yturalde.com/andragogia.htm>