

Maestría Desarrollo Agrario Sostenible
UNIVERSIDAD DE ORIENTE

CURSO DE EXTENSIONISMO, COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN POPULAR

Estrategia de comunicación social.

Autor(a): Ing. Dasnay Martínez López



Centro Meteorológico Provincial Santiago de Cuba.

“Año 50 de la Revolución”

Stgo. de Cuba, 2008

INDICE

✚	INTRODUCCIÓN -----	1 -3
✚	MARCO TEÓRICO-----	4- 7
✚	REFERENCIA E HISTORIA DE LA ENTIDAD -----	8
✚	PRODUCCIÓN Y SERVICIOS -----	9
✚	SITUACIÓN DE RECURSOS HUMANOS -----	10
✚	IMAGEN DE LA ENTIDAD-----	11 -12
✚	TIPO DE PÚBLICOS-----	13
✚	SITUACIÓN EN EL MERCADO -----	14
✚	RESULTADOS-----	15 -16
✚	PROPUESTA DE ACCIONES-----	17
✚	PLAN DE ACTIVIDADES-----	18 - 19
✚	CONCLUSIONES-----	20
✚	RECOMENDACIONES-----	21
✚	BIBLOGRAFIA -----	22 - 23
✚	ANEXOS	

INTRODUCCION

La comunicación es un tema más Organizacional que Industrial. La misma es de vital importancia puesto que es fundamental para el concepto de Organización.

La estructura puede afectarse enormemente el proceso de comunicación entre un subordinado y un superior, la cual es distinta a la que existe entre sus compañeros. Es el alma de una organización, impregna todas las actividades. La llave que le permite a los sujetos comprender los roles Organizacionales e integran las subdirecciones de la organización.

La comunicación la podemos definir como la transmisión de información, ideas, emociones, habilidades mediante el empleo de signos y palabras. Es el sistema necesario de la Empresa o Institución y uno de los objetivos de la misma, es concebir y analizar actividades que van a fomentar la vitalidad y eficiencia, y su fin último es crear, reforzar y modificar entre todo el personal de la organización una actividad positiva en la Empresa. Esta tiene una función crucial de reunión de datos para los miembros proporcionándoles información con sentido, y es también el vehículo principal a través del cual los miembros de la agrupación puede ayudar a dirigir cambios en las mismas influyendo en las actividades de otros individuos con los que cooperan.

Comunicación Organizacional

Como disciplina del cambio de las ciencias sociales centra su atención en el análisis, diagnóstico, organización, perfeccionamiento de las complejas variables que forman los procesos comunicativos en las organizaciones a fin de mejorar la interrelación entre sus miembros y entre estos y el público externo, fortalecen la entidad y mejora el desempeño de las entidades.

Los procesos realizados en el interior del sistema organizativo constituye la comunicación interna, dirigida a conseguir una estabilidad en la organización con vistas a que alcancen sus fines. De ahí que la comunicación interna es el patrón de mensajes compartidos por los miembros de la organización, es la interacción humana que ocurre dentro de las organizaciones y entre los miembros de las mismas.

Problema: Deficiente comunicación interna entre los compañeros del Centro Meteorológico Provincial de Santiago de Cuba, que dañan la imagen del mismo.

Objetivos:

- Proponer acciones que contribuyan a mejorar la comunicación interna entre las personas del Centro Meteorológico Provincial de Santiago de Cuba.
- Buscar las vías para el desarrollo de las personas sobre la base de la cultura de la humanidad y patrones sociales, a través del proceso de interacción, sociocultural permanente y sistémico en el que participan los trabajadores del centro y el público externo.

La urgente necesidad de dar soluciones educativas que permitan resolver paulatinamente los problemas que entorpecen la comunicación, se determinó la elaboración de una estrategia de comunicación, que permita desarrollar acciones específicas para lograr que la comunicación sea efectiva en la entidad.

Metodología empleada y su fundamentación

La metodología propuesta a trabajar para esta investigación es la **Cualitativa**. Esta se distingue por orientarse, describir e interpretar los fenómenos subjetivos y se caracteriza por brindar un enfoque holístico de la realidad.

El enfoque dialéctico materialista constituye el soporte filosófico de esta investigación y se halla íntimamente vinculado a toda posición que el hombre tome ante la materia en movimiento, ante su objetividad e inagotabilidad y en su unidad-diversidad, con un enfoque que posibilita la propuesta de soluciones que reflejen estas cualidades del mundo con enfoque de sistema, el cual es inherente al materialismo dialéctico.

Se aplicó un sistema de métodos que permitió llegar a los resultados de esta investigación.

Métodos teóricos

El método histórico – lógico permitió analizar cómo estaba comportándose la comunicación interna en el Centro Meteorológico Provincial de Santiago de Cuba. La búsqueda bibliográfica y el análisis de documentos se utilizaron para fundamentar teóricamente la investigación.

Métodos empíricos

Para diagnosticar la situación existente con relación a la comunicación en el Centro Meteorológico Provincial de Santiago de Cuba.

- Encuestas a trabajadores del Centro Meteorológico Provincial de Santiago de Cuba, para diagnosticar la situación de la comunicación interna.(Anexo 1)
- Encuestas a Cliente externos para conocer su opinión sobre la imagen de la Entidad. (Anexo 2)

- Encuesta a los trabajadores de nuevo ingreso y al público externo para medir la satisfacción, cuando han tenido que relacionarse con el personal del Centro Meteorológico Provincial de Santiago de Cuba.(anexo 3)

MARCO TEORICO

La comunicación es una actividad muy antigua y se le define como la aptitud para servirse de la información en la interacción y ésta la poseen las especies que han antecedido al hombre en millones de años.

La verdadera comunicación – dicen los teóricos e investigadores latinoamericanos –no esta dada por un emisor que habla y un receptor que escucha , sino por dos o más seres o comunidades humanas que intercambian y comparten experiencias, conocimientos sentimientos (aunque sea a distancia y a través de los medios artificiales).

Es a través de ese proceso de intercambio como los seres humanos establecen relaciones entre si pasan de la existencia individual aislada a la existencia social comunitaria.

COMUNICACIÓN ES:

“... la relación comunitaria humana que consiste en la emisión – recepción de mensaje entre interlocutores en estado de total reciprocidad.”

Antonio Pascuali

“... el proceso de interacción social democrática, basada en el intercambio de signos, por el cual los seres humanos comparten voluntariamente experiencias bajo condiciones libres e igualitaria de acceso, diálogo y participación.”

Luís Ramiro Beltrán

“... es hacer posibles que algunos hombres reconozcan a otros y ellos en doble sentido: le reconozcan el derecho a vivir y a pensar diferente, y que se reconozcan como hombre en esa diferencia.”

Jesús Martín Barbero

En la actualidad utilizamos el término comunicación para culpar, en muchas ocasiones, el fracaso de una empresa por falta de ésta. El éxito de las comunicaciones tecnológicas no se relaciona precisamente con el triunfo de las comunicaciones interpersonales, la cual brinda información entre los miembros de una empresa que al transmitir un mensaje promueve la comunicación.

Los tipos de comunicación en las organizaciones, en dependencia de la cantidad de personas que intervengan en los procesos de comunicación, o el medio o canal que utilizan puede clasificarse en:

- **COMUNICACIÓN INTERNA**

- **COMUNICACIÓN EXTERNA**

- **COMUNICACIÓN PERSONAL DIRECTA**

- **COMUNICACIÓN PERSONAL COLECTIVA**

- **COMUNICACIÓN MEDIÁTICA**

La comunicación Interna puede ser:

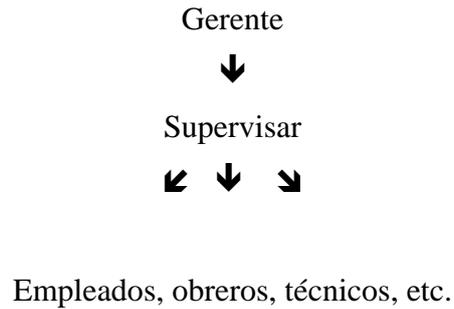
Formal: Si se produce dentro de la estructura formal dentro de la organización más conocida como organigrama.

Informal: Si se produce a partir de afinidades que no está necesariamente relacionados con los lugares dentro de la estructura de la organización, el organigrama mencionado anteriormente.

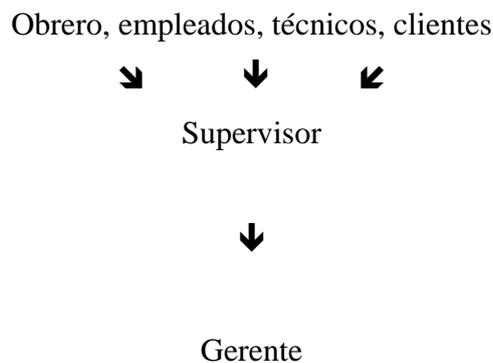
Formas de comunicación interna

	Descendente	Horizontal	Ascendente
Formal	Con los subordinados	Con los colegas	Con los jefes
Informal	Con los seguidores	Con los amigos	Con los líderes

Descendente: Es la comunicación que fluye de un nivel del grupo u organización a un nivel más bajo. Es el utilizado por los líderes de grupos y gerentes para asignar tareas, metas, dar a conocer problemas que necesitan atención, proporcionar instrucciones.



Ascendente: Esta comunicación fluye en forma opuesta a la anterior, es decir, de los empleados o subordinados hacia la gerencia. Se utiliza para proporcionar retroalimentación a los de arriba, para informarse sobre los progresos, problemas, sobre el sentir de los empleados, cómo se sienten los empleados en sus puestos, con sus compañeros de trabajo y en la organización, para captar ideas sobre cómo mejorar cualquier situación interna en la organización. Un líder sabe que ambas direcciones son importantes e impredecibles para lograr las metas propuestas con mínimo de problemas, pero lamentablemente no todas las organizaciones tienen conciencia de ello, por lo que en muchas ocasiones las ideas, pensamiento y propuestas de los empleados pasan desapercibidas ya que consideran que esto no influirá el rendimiento laboral.



LA COMUNICACION CONTRA LA RESISTENCIA AL CAMBIO

La comunicación constituye una de las mejores armas para ganar este difícil e importante combate empresarial.

Cuando se establece una correcta comunicación interna en la entidad, se facilita el trabajo en cuanto al logro del cambio necesario, utilizando propuestas y métodos flexibles,

creativos y la participación masiva e inteligente, en aras de lograr un compromiso consciente y entusiasta para acometer la tarea con la participación de todos los miembros de la entidad.

No obstante, debe evitarse por todos los medios, la imposición forzada del cambio propuesto, ya que no surgirán factores positivos indispensables para obtener resultados satisfactorios.

El convencimiento es la forma válida para lograr el apoyo mayoritario a los cambios propuestos, de modo que los trabajadores varíen también la forma de pensar y actúen con criterios propios, responsablemente y con un comportamiento estable. Solo la comunicación efectiva puede lograr esos resultados. Cuantas más personas se sientan ignoradas en el proceso de cambio, mayor será la fuerza de oposición al cambio. La comunicación disminuye la resistencia equilibrando los poderes y emociones en las discusiones con el personal involucrado. Para lograr el cambio cultural necesario es determinante que su concepción, desarrollo y mantenimiento se efectúe dentro de la comunicación interpersonal y comprobar posteriormente su efectividad real, pues lo contrario indicaría que no hay variación alguna en la mente de los futuros ejecutores.

Llega un momento en que la comunicación deja de ser un instrumento del cambio para convertirse en su objetivo. Entonces comienza a apreciarse como algo esencial en las nuevas relaciones entre sus miembros y se acentúa la percepción de otra forma de hablar y aprender dentro de la propia empresa.

REFERENCIAS E HISTORIA DE LA ORGANIZACIÓN:

La meteorología en la provincia de Santiago de Cuba tiene sus inicios alrededor del año 1952 en la Estación meteorológica de la Universidad de Oriente y las observaciones meteorológicas realizadas en el antiguo Colegio de Belén; ya en 1964 se práctica la actividad en la calle Heredia, con el nombre de Instituto de Meteorología, luego al formarse la Delegación Territorial del CITMA en Santiago de Cuba, en Calle 13. Esq. Manduley, meteorología se traslada para la segunda planta de la Delegación del CITMA (1969), donde asume la estructura de Oficina Territorial de Meteorología (OTM), atendía las cinco provincias orientales (Guantánamo, Holguín, Granma, Las Tunas y Santiago de Cuba). En el año 1979 se trasladaron para un nuevo inmueble, perteneciente a la familia Bravo Bacardí la cual al abandonar el país en los años 1959 – 1960, pasó a ser propiedad de la familia Espín, específicamente del padre de Vilma Espín Guillois, luego fue utilizada por el MININT y en 1979 pasa a ser la OTM, tiene una estructura colonial, su vinculación con la historia es que fue construida por los colonos y la ocupó una familia que dio una de las grandes heroínas de la Revolución Cubana (Vilma Espín Guillois) ubicada en Calle 4ta, esquina 17, No. 451 Reparto Vista Alegre. Teléfono 641656, 64 4400 y 64 3357.

Se estructuró nuevamente, compartido en dos etapas: Oriente Norte (Las Tunas - Holguín) y un Oriente Sur (Granma, Santiago de Cuba y Guantánamo).

Con la división política administrativa y al dividirse la región oriental en cinco provincias se crean en cada una de ellas los Centros Meteorológicos provinciales, y es donde surge el Centro Meteorológico Provincial Santiago de Cuba hasta *la actualidad*.

PRODUCCION Y SERVICIOS

El Centro Meteorológico Provincial de Santiago de Cuba realiza varias **funciones** como son:

- ❖ **Presta Beneficios que pueden serle útiles por varias razones:**
 - Para proteger sus bienes y su propia vida.
 - En trabajo de investigación que requieran de datos meteorológicos.
 - Para garantizar una navegación confiable.
 - Para prevenir posibles daños económicos.

- ❖ **Servicios Pronósticos :**
 - Pronostico del tiempo hasta las 24 horas.
 - Alerta de fenómenos meteorológicos peligrosos de corta duración con un período de antelación no mayor de 2 horas.
 - Estado del tiempo que incluye imagen de satélite e informe de radar meteorológico.
 - Pronostico con fines turísticos
 - Vigilancia diaria de los fenómenos meteorológicos que puedan afectar la derrota
 - Pronósticos meteorológicos marinos costeros y oceánicos para 24-120 horas.

- ❖ **Servicios climatológicos :**
 - Caracterización climática de una región de más de 2 variables meteorológicas.

- ❖ **Estudios de claridad del aire**
 - Caracterización de diferentes contaminantes en una zona determinada.

- ❖ **Seguimiento de Eventos severos.**
 - Estudio del comportamiento de la sequía

- ❖ **Servicios de red de estaciones**
 - Montaje de estaciones meteorológicas
 - Reparación y calibración de instrumental meteorológico como:
 - Hidrotermógrafo
 - Higrógrafo
 - Barómetros
 - Anemómetro
 - Pluviógrafo
 - Pluviómetro
 - Evaporímetro
 - Heliógrafo
 - Montajes y diseños en Internet con fines meteorológicos así como automatización de información meteorológica.
 - Creación de Software y sistemas de bases de datos.
 - Montajes y dirección de campañas de influencia activa o lluvias provocadas.

SITUACION DE RECURSOS HUMANOS:

Plantilla aprobada: 68

Plantilla cubierta: 64

De ellas 62 fijas compartidas en.

	Hombres	Mujeres
Dirigentes: 2	1	1
Técnicos: 56	-	22
Servicios: 2		2
Operarios: 2	1	1
Contratos: 2	-	2

Dentro del Centro se han impartido varios cursos de capacitación que influyen en la preparación profesional de los trabajadores entre ellos podemos citar:

- Curso de sistema de información geográfica Mapinfo
- Diplomado sobre género desarrollo y Medio Ambiente
- Maestría sobre desarrollo Agrario
- Encuentro Nacional de inspectores y revisores
- Taller sobre cambios climáticos – plagas
- Taller de estrategia medio ambiental
- Taller sobre los ciclones tropicales
- Taller sobre la Termodinámica de la Atmósfera.

Filiares

El Centro Meteorológico Provincial es filiar a las 3 estaciones meteorológicas y el Radar de la Gran Piedra.

IMAGEN DE LA ENTIDAD

Misión: El Centro Meteorológico Provincial es la institución encargada de suministrar información meteorológica y climática autorizada, confiable y oportuna sobre el estado y comportamiento futuro de la atmósfera. Esta información esta dirigida a velar por la seguridad de la vida humana y reducir las pérdidas de bienes materiales ante desastres naturales de origen meteorológico, contribuyendo directamente al bienestar de la comunidad y al desarrollo sostenible.

Visión:

- *Se fortalece el trabajo político-ideológico en el centro y se consolidan los valores patrióticos, revolucionarios, profesionales, éticos y morales de los trabajadores.*
- Se consolidan las acciones del Frente Hidrometeorológico, del Frente Energético Integral y de la Preparación ante Desastres y ello permite un nivel de respuesta rápida ante fenómenos meteorológicos peligrosos
- Se continúa avanzando en el mejoramiento de los indicadores ambientales de la provincia en los diferentes sectores de la sociedad y ello influye positivamente en el estado del medio ambiente santiaguero.
- Se fortalece el sistema de cuadros del Centro y se consolida el liderazgo de los mismos a todos los niveles. El sistema está preparado para cumplir las funciones que le corresponden en la defensa de la provincia y el país.
- Se incrementa la efectividad y eficiencia económicas y ello permite garantizar el cumplimiento satisfactorio de las funciones asignadas y un nivel adecuado de desarrollo de la entidad. Se fortalece el control y protección de todos los recursos del Sistema. Forma parte de la cultura de la organización la prevención, el control y el rechazo contundente ante cualquier manifestación *de corrupción, ilegalidad, fraude, delito o vicio.*

Objeto Social:

Brindar servicios de pronóstico meteorológicos a corto, medio y largo plazos, estudios climáticos marinos de apoyo a los proyectos de construcciones costeras, plataformas petroleras y otras actividades náuticas, información climatológica, impacto, vulnerabilidad y riesgo de la vulnerabilidad y el cambio climático, sistema de vigilancia agrometeorológica de cultivos y animales de crianza, monitoreo de la calidad del aire y de la estructura vertical de la atmósfera, evaluación y prospección eólica y de la radiación solar, procesos físicos y estructura de la nubes y las precipitaciones, trabajos operacionales para la modificación artificial del tiempo en moneda nacional.

Brindar servicios de geomatica aplicada que incluye el diagnostico y pronóstico de eventos medioambientales mediante técnicas de percepción remota de rutas náuticas

meteorológicas, desarrollo de sistemas automatizados de archivo, búsqueda y procesamiento de información meteorológica y climática, en moneda nacional y divisa.

Brindar servicios de consultorías, asesorías e información científico técnica búsqueda y compilación bibliografía temática y reproducción de documentos relacionados con su actividad, en moneda nacional.

Brindar servicios de instalación, mantenimiento y modernización de instrumentos y equipos meteorológicos, en moneda nacional.

Prestar servicios de Verificación, previa homologación con la Oficina Nacional de Normalización, de instrumentos y equipos meteorológicos, en moneda nacional.

Prestar servicios de calibración de instrumentos y equipos meteorológicos, en moneda nacional y divisa.

Ofrecer servicios de instalación y mantenimiento de equipos de comunicaciones y transmisión de datos, en función de su actividad, en moneda nacional.

Ejecutar proyectos de investigaciones meteorológicas, en moneda nacional.

Certificar las condiciones meteorológicas existentes en determinado momento y lugar, en moneda nacional.

Comercializar, de forma mayorista, en distintos soportes las publicaciones científico-técnicas desarrolladas por el sistema meteorológico nacional, en moneda nacional.

Producir y comercializar, de forma mayorista y en moneda nacional y divisa, instrumentos y equipos meteorológicos.

Brindar servicios de alquiler de instrumentos y equipos de apoyo a la investigación y los servicios meteorológicos, en moneda nacional.

Ofertar y realizar eventos, en el ámbito de la meteorología, en moneda nacional.

Brindar servicios de capacitación y superación de postgrado, en el ámbito de la meteorología, en moneda nacional.

Prestar servicio de alquiler de locales eventualmente disponibles, en moneda nacional.

Brindar servicios de alquiler de instalaciones y facilidades existentes para el montaje de equipos relacionados con la meteorología, a empresas mixtas y de capital totalmente extranjero, en moneda libremente convertible.

Brindar servicios de comedor y cafetería a sus trabajadores, en moneda nacional.

TIPOS DE PUBLICOS EN LA ENTIDAD

PUBLICO INTERNO:

- Dirección
- Administración
- Departamento Actividad de Pronóstico, tiempo y estado del mar.
- Grupo Científico, Meteorología aplicada.
- Grupo Red de Estaciones.

PUBLICO EXTERNO:

- Navegación Caribe
- Gerencia de Etecsa de la provincia
- Empresa Eléctrica
- Sanidad Vegetal
- ESEM
- Entidades de desarrollo agropecuario (UBPC, CCS, CCSF)
- Servicios de pronóstico a la población con carácter informativo, a través de los medios de difusión masiva: la televisión, la radio, la prensa....
- Defensa Civil
- MININT
- Gobierno Provincial

SITUACION EN EL MERCADO

Con respecto a la situación en el mercado, esta entidad de prestación de Servicios científicos técnicos del CITMA de carácter presupuestado, lo que trae consigo que, el salario promedio es de \$ 455.00, con pago de estimulación en moneda nacional, el ingreso es insuficiente. Si hacemos una comparación con otras Empresas como: CIMEX, Cecilio Sánchez, Grupo UNECAMOTO, estas en su mayoría están en perfeccionamiento empresarial, lo que posibilita que los haberes mensuales sean altos, sus trabajadores son estimulados tanto en moneda nacional como en divisa, los rendimientos de la producción son satisfactorios, existe una mayor gestión de venta de sus productos en el mercado nacional.

Por la comparación realizada hemos llegado a la conclusión que la situación de la entidad en el mercado nacional es totalmente desfavorable y con respecto a nuestro objeto social es favorable.

RESULTADOS

Los resultados obtenidos se expondrán teniendo en cuenta los resultados de las encuestas aplicadas.

En el caso de la **encuesta No.1** aplicada a los trabajadores se pudo conocer que:

- De los 30 trabajadores encuestados, 19 de ellos manifestaron que la comunicación interna del centro es desfavorable lo que representa el 63.3%; los 11 restantes reflejan que es favorable, para el 36.7%.
- El resultado de La comunicación personal, arrojó que para 19 casos es regular, para un 63.3% y 11 la reflejaron buena para un 36.7%.
- Las relaciones de trabajo, 18 personas la califican de buena para un 60%, 7 dijeron que era regular 23.3% y los restantes 5 reflejaron la calificaron de mala, las relaciones de trabajo representando el 16.7%.
- La comunicación de los decisores a los trabajadores del Centro y viceversa, fluye, buena para 9 personas que representa un 30% , regular en 15 casos para un 50% y los 6 restantes catalogan de mala que infiere el 20%.

Según los valores obtenidos en la encuesta:

- La comunicación interna del centro es desfavorable, por estar representado por 19 personas para el 63.3% del total.
- La comunicación personal es regular reflejado por 19 trabajadores lo que representa el 63.3%.
- Las relaciones de trabajo, 18 personas la califican de buena para un 60%.
- La comunicación de los decisores a los trabajadores del Centro y viceversa, es regular para el 50% de los encuestados (15 personas), el 30% plantea que es buena (9 casos) y el por ciento restante la catalogan de mala.

La **encuesta No. 2** fue aplicada al público externo, número total 10, pudimos conocer que:

- Plantearon que la imagen de la entidad es: buena en 5 casos para un 50 %, regular en 3 que representa el 30 % y mala para los 2 casos restantes 20 %.
- Los mismos consideran que el personal del centro es: bueno en 4 casos para un 40 %, 4 personas lo consideran regular para un 40 % y malo para los 2 casos restantes el 20 %.

Según los valores obtenidos en la encuesta:

- Prevalece que la imagen de la entidad es buena para el 50%, un total de 5 encuestados.
- La calidad técnica del personal del Centro es considerado de buena para el 40%, igual porcentaje lo cataloga de regular y el 20% restante de malo.

La **encuesta No. 3** fue aplicada a 10 clientes (público externo) y a 10 trabajadores de nuevo ingreso a la entidad, que es objeto de investigación, para un total de 20 lo cual pudimos conocer que:

- La gran mayoría de los encuestados infieren, que cuando han tenido que relacionarse con el staff del Centro Meteorológico Provincial de Santiago de Cuba el trato recibido ha sido regular en el caso de 6 personas lo que representa el 60%, 3 clientes lo calificaron de regular representa el 30 % y los 1 restantes catalogan de mala que es el 10 %.
- Los trabajadores encuestados, 5 expresaron que el trato al ingresar al centro por primera vez fue bueno representando el 50%, 4 casos catalogan de regular para un 40 % y 1 última persona infiere que fue malo lo que representa el 10 %.

Según los valores obtenidos en la encuesta:

- No se reflejaron grandes dificultades, por lo que el 60% de los encuestados (6 clientes) infieren que cuando han tenido que relacionarse con el staff del Centro Meteorológico Provincial de Santiago de Cuba el trato recibido ha sido regular y de los trabajadores de nuevo ingreso encuestados, 5 expresaron que el trato al ingresar al centro por primera vez fue bueno para el 50%, 4 casos opinan que fue regular (40%) y el resto infiere que malo, se evidencia en lo último planteado problemas a la hora de ingresar nuevos trabajadores al Centro y más si son jóvenes .

PROPUESTA DE ACCIONES

Teniendo en cuenta las dificultades existentes en el Centro Meteorológico Provincial de Santiago de Cuba, proponemos las siguientes acciones que permitirán mejorar la comunicación interna:

- 1- Potenciar la comunicación cara a cara a través del desarrollo del liderazgo (que los gestores sean conciente de la importancia de la comunicación).
- 2- Inspirar la acción, dando a conocer y entender los objetivos de la entidad, apoyando la evolución hacia la cultura deseada y asegurando que todos los empleados de la organización hayan entendido e interiorizado la misión de la misma.
- 3- Coordinar los esfuerzos de todos para alcanzar las metas, asegurando la coherencia de dichos esfuerzos y facilitando los procesos de toma de decisiones.
- 4- Crear el entorno adecuado, motivando al personal y evitando al máximo posibles distracciones e interrupciones.
- 5- Favorecer el desarrollo del talento, creando más oportunidades de capacitación y aprendizaje a través de una comunicación clara de las mismas y empujando el intercambio de conocimiento.
- 6- Facilitar el cambio, reduciendo el grado de resistencia, incrementando el nivel de compromiso.
- 7- Integrar la comunicación como un elemento de la estrategia de desarrollo científico del centro. (Esto significa contar con un colectivo de trabajadores, responsable de facilitar el intercambio rápido y preciso de la información necesaria para la buena marcha de la organización, con las competencias necesarias para desempeñar un papel cada vez más estratégico e ir fomentando la adaptación a nuevas situaciones).

PLAN DE ACTIVIDADES

Acciones		Fecha de cumplimiento	Responsable(s)
Distribución de Plegables informativos sobre los Servicios científicos técnicos al público externo.		Marzo/2008	Comercial de la entidad.
		Junio/2008	
		Septiembre/2008	
		Diciembre/2008	
Taller participativo: Papel de la Comunicación Organizacional.		1 ^{ra} Quincena de junio	Comunicador social y la Asamblea de trabajadores del Centro.
Conferencias para el público externo sobre temas que se relacionen con los servicios que presta la entidad.		Marzo/2008	Especialista de los de los diferentes grupos de trabajo, preparados para desarrollar dicha actividad.
		Junio/2008	
		Septiembre/2008	
		Diciembre/2008	
Mantener la información del Pronóstico del tiempo a la población a través de los medios de difusión masiva:	televisión	De lunes a viernes en la Revista Santiago	Especialistas del Grupo de Pronósticos y Tele Turquino.
	la radio	Todos los días en las emisoras radiales municipales y la provincial.	Especialistas del Grupo de Pronósticos y Emisoras de radio.
Entrevista Televisiva y Radial por el Comienzo de la Temporada Ciclónica.		Segunda quincena de Mayo y Primera de Junio.	J'Grupo de Pronóstico Directora del CMP Tele Turquino. CMKC. Emisora Provincial.

Acciones	Fecha de cumplimiento	Responsable(s)
Entrevista Televisiva y Radial por el día Mundial de la Meteorología.	Marzo 2008	J'Grupo de Pronóstico Directora del CMP Tele Turquino. CMKC. Emisora Provincial. Otras.
Entrevista radial por el inicio del período invernal de nuestro país. Características de los sistemas frontales que afectan a nuestra provincia.	Diciembre de cada año	Radio Majaguabo. CMKC. Emisora Provincial. J'Drupa de Pronóstico del Tiempo y el Estado del Mar.
Mantener la prestación de los Servicios Científicos técnicos con calidad, a solicitud de los clientes.	Todo el año	J' de Grupos y Comercial.

CONCLUSIONES

El diagnóstico efectuado reveló que existe insuficiencias en la comunicación interna del Centro Meteorológico Provincial de Santiago de Cuba que daña en cierta medida la imagen del mismo para con el público externo.

RECOMENDACIONES

Al Centro Meteorológico Provincial de Santiago de Cuba, aplicar las acciones propuestas en esta investigación, en función de mejorar la comunicación interna y la imagen del mismo para con el público externo; por lo que se hace necesario:

Tener bien identificados a los enemigos del cambio.

- Estar convencido de que una buena comunicación es una de las mejores armas.
- No imponer la fuerza de la jerarquía para el cambio propuesto.
- Disminuir la resistencia, lo cual implica una comunicación persuasiva.
- Lograr un clima organizacional distendido para facilitar la consecución del cambio.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

1. Baragli E. Comunicación Social. Bogotá : Ed. Paulinas.1993, 116 – 120
2. Burzi Francisco. *La Ventana*, Portal informativo de la Casa de las Américas, está hecho desde La Habana, CUBA, con PHP-Nuke, Copyright © 2005.
3. Cassiwe E. Antropología Filosófica de la Comunicación. Ed. Burguen 119 45- 9.
4. Chiavenato, Idalberto. "Administración de recursos humanos". Editorial Mc. Graw Hill, México,
5. Cuesta, Santos A. "Organización del trabajo y Psicología Social". Editorial Ciencias Sociales, La Habana, 1990.
6. De la Cuesta G., Comunicación eficiente: parte esencial en los cambios empresariales. 24 de Diciembre del 2007.
7. Expediente único del Centro Meteorológico Provincial de Santiago de Cuba.
8. Ferrater Mora. Diccionario de Filosofía y Comunicación. Caracas Venezuela: Ed. Monte Avila, 1980: 21 – 38
9. Freire Paulo .¿Extensión o Comunicación? La concientización en el medio rural, 1973 Ed. Siglo XXI y Tierra Nueva.*
10. Guerra M. A, Fernandez L. O., Jordan R. Y., García S. V. M. Algunas consideraciones en torno al concepto de COMUNICACIÓN en el servicio de referencia contemporáneo. Facultad de Comunicación. Universidad de La Habana. La Habana, Cuba.
11. Hernández R. J. Radio Cubana. www.radiocubana.cu. ejhr@infomed.sld.cu
12. Katz, D. y Kahn, R. L. "Psicología Social de las Organizaciones". Editorial Trillas S. A. de C. V., 1977.
13. Martínez Terreno J. La Comunicación Alternativa. Florida - Buenos Aires: Ed Paulinas 1994: 24 - 31
14. Mello, M. "Desarrollo organizacional. Un enfoque sistémico". Editorial Aldina S. A. de C. V., 1994.
15. Pascuali, A. Comprender la Comunicación. Caracas: Venezuela .2da ed. 1980 : 35 - 36
16. Robbin, Stephen. "Comportamiento organizacional". Editorial Prentice-Hall, 7ma. Edición, 1996.
17. Sánchez V A. Etica. Buenos Aires: Ed. Paulinas. 1990: 22 - 24
18. Schein, Edgar. "Psicología de las Organizaciones". Editorial Prentice/Hall International, Madrid, 1976.

19. Stein E. Entre el Silencio y el Grito. Revista Eca. Univ. Centro Americana. San Salvador. Oct - Nov.1989: 21 – 30
20. Texto en Boletín. La Comunicación Social. Bogotá - Colombia: Celan. (149) - Mayo 1994: 115 - 118
21. Tyson, Shaun. "La esencia del comportamiento organizacional". Editorial Prentice-Hall Hispanoamericana SA, Ciudad México, 1997.
22. Vázquez Montalvan M. Historia y Comunicación Social. España: Ed. Burguen, 1980: 15 - 21.
23. Vera López J. E.; Villegas M. V. de R. EL FENOMENO DE LA COMUNICACION SOCIAL. Revista "Archivo Médico de Camagüey" 1997;1(1)
[ISSN 1025-0255](#)
24. Vidal y Santidia. Etica. Tomo I. Unidad V, No. IX. Medios de Comunicación Social. Bogotá: Ed. Burguen. 1995: 231 - 36.

Anexo No. 1

Encuesta

Nos encontramos realizando una investigación sobre la Comunicación Interna en el Centro Meteorológico Provincial de Santiago de Cuba.

Marque con una X

1- ¿Considera usted que la comunicación interna del Centro es?

___ Favorable ___ desfavorable

2- ¿Cómo fluye para usted la comunicación?

Excelente ___ buena ___ regular ___ pésima ___

3- ¿Cómo calificaría las relaciones de trabajo que mantiene con sus compañeros?

___ Buenas ___ regular ___ malas

4- ¿Cómo fluye la comunicación de los decidores a los trabajadores del Centro y viceversa?

___ Buena ___ regular ___ mala

Anexo No.2

Encuesta

Nos encontramos realizando una investigación sobre la Comunicación Interna en el Centro Meteorológico Provincial de Santiago de Cuba.

Marque con una X

1- ¿Que tan buena es la imagen que tiene de Centro Meteorológico Provincial de Santiago de Cuba?

_____ muy buena _____ buena _____ regular _____ mala _____ no sabe

2-¿Cómo considera usted al personal que labora en el Centro Meteorológico Provincial de Santiago de Cuba?

Excelente ____ Buena____ Regular _____ Mala ____ Pésima_____

Anexo No. 3

Encuesta

Nos encontramos realizando una investigación sobre la Comunicación Interna en el Centro Meteorológico Provincial de Santiago de Cuba.

Marque con una X

- 1- ¿Cuál ha sido su impresión, cuando ha tenido que relacionarse con el staff del Centro Meteorológico Provincial de Santiago de Cuba? (para público externo)

Buena_____ Regular_____ Mala_____

- 2- ¿Cuándo ingresó al centro, como fue el trato de la Asamblea de trabajadores?(para los trabajadores)

Bueno_____ Regular_____ Malo_____