



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE COMUNICACIONES

Carrera de Ciencias de la Comunicación

“ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA PARA DIFUNDIR LA GESTIÓN INSTITUCIONAL Y MEJORAR LA IMAGEN CORPORATIVA EN LA CÁMARA DE COMERCIO Y PRODUCCIÓN DE CAJAMARCA”

Trabajo de suficiencia profesional para optar el título profesional de:

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Autora:

María Alejandra Marín Linares

Asesor:

Lic. Julio Anthony Ortega Matías

Cajamarca - Perú

2021

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres Kelly y Jhony; y a mis abuelos Pío, Baltazar y Lucila, por alentarme y ayudarme a llegar hasta este momento tan importante de mi formación profesional; a mi hermana, Nicole, por creer incondicionalmente en mí.

AGRADECIMIENTO

Agradezco de todo corazón a mi querida madrina, Camuchita, sin su apoyo no hubiese sido posible la realización de este trabajo. Asimismo, a mis compañeras de labores, en la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, gracias por su inmenso apoyo.

Tabla de contenidos

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO	3
ÍNDICE DE FIGURAS	5
RESUMEN EJECUTIVO	6
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	7
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	11
CAPÍTULO III	15
CAPÍTULO IV. RESULTADOS	24
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	27
REFERENCIAS	29
ANEXOS	30

ÍNDICE DE FIGURAS

ORGANIGRAMA DE LA CÁMARA DE COMERCIO Y PRODUCCIÓN DE CAJAMARCA	9
DESCRIPCIÓN DE PORCENTAJES COMPARATIVOS DE INGRESOS ECONÓMICOS MENSUALES	24
INCREMENTO DEL NÚMERO DE ENTREVISTAS A DIRECTIVOS DE LA CÁMARA DE COMERCIO	25
MECANISMOS QUE UTILIZABA LA CÁMARA DE COMERCIO	26

RESUMEN EJECUTIVO

Laboro actualmente como coordinadora del área de Comunicaciones e Imagen de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, donde logré realizarme como profesional, aplicando conocimientos y competencias adquiridas en la Universidad Privada del Norte además de un conjunto de experiencias previas de trabajo continuo que sumaron una gran preparación contribuyendo al desarrollo de mi experiencia profesional y reflejándose en mi actual trabajo, en el cual apliqué soluciones profesionales, pues noté que el gremio empresarial no tenía resonancia en su público objetivo; por ello, inicié la difusión de la información de gestión institucional, a través de un plan operativo que permitió ampliar los canales de comunicación.

Inicié con la recopilación diaria de información, creé, actualicé, mejoré e innové plataformas virtuales. Todo lo mencionado se convirtió en logros de mejora significativa del alcance de la información difundida en distintos medios tradicionales y multimedia. A la fecha, hay un notable mejoramiento de la imagen institucional y su gestión por el desarrollo del empresariado cajamarquino; las metas se vienen cumpliendo y proyectamos una constante mejoría en los próximos meses, pues el plan ha sido aceptado y felicitado por los empleadores.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

Ante el crecimiento y prosperidad del comercio, agricultura e industria láctea en la ciudad de Cajamarca, el 26 de marzo de 1930 se fundó la Cámara de Comercio, Agricultura e Industrias de Cajamarca, por iniciativa de 15 notables empresarios conducidos por el Sr. Patricio Doig y Lora, administrador del Banco del Perú y Londres. El objetivo principal, definido en aquel entonces, fue unificar las actividades comerciales, propender su defensa dentro de los “medios lícitos” y orientar su accionar al mayor desarrollo de la economía Cajamarquina.

Inicialmente se formaron comisiones para la elaboración de los estatutos, los que fueron aprobados por la Dirección General de Hacienda mediante Resolución Suprema del 2 de diciembre de 1930. El primer domingo del mes de enero de 1931 con asistencia de autoridades locales, socios y comunidad en general se inaugura, en ceremonia solemne, la Cámara de Comercio Agricultura e Industrias de Cajamarca; iniciando así su incesante labor en bien del empresariado cajamarquino y de la comunidad en general.

La misión del gremio empresarial es: “Promover una cultura empresarial innovadora y competitiva en la región, para generar un entorno favorable a la inversión privada y la diversificación productiva” y la visión: “Ser el gremio representativo más confiable de las empresas e instituciones comprometidas con el desarrollo económico sostenible de la región”. La Cámara, viene participando de manera permanente en acciones a

favor del empresariado y del desarrollo de Cajamarca desde hace 89 años, enlistando una serie de actividades que han marcado hitos en nuestra historia regional; tales como: gestión de la sede del Servicio Nacional de Adiestramiento en Trabajo Industrial (SENATI) en Cajamarca, ello marcó el precedente para la instalación definitiva del SENATI en la región; gestión de la presencia de instituciones tales como el Fondo de Garantía para Préstamos a la Pequeña Empresa – FOGAPI y la Corporación Financiera de Desarrollo – COFIDE; promotor de la ampliación del aeropuerto; promotor para la rehabilitación de la carretera a Ciudad de Dios. Asimismo, la Cámara fue elegida miembro del Consejo Directivo de PERUCÁMARAS en el año 2019, desde el mismo año forma parte del Grupo Impulsor de la Agencia Regional de Desarrollo de Cajamarca - ARD.

Actualmente, se ha logrado contribuir con rapidez en la cadena de distribución de diversos productos que requieren una temperatura muy baja para mantener su alta calidad, a través del compromiso asumido por la empresa Latam, en la implementación del servicio de carga, para el segundo vuelo diario en su horario habitual; apoyando a empresas del sector agricultor de la región e impactando en el beneficio de cientos de familias.

A la fecha, la Cámara mantiene convenios con instituciones a nivel nacional, entre ellas: Fondoempleo, PERUCÁMARAS, ALAC| Yanacocha, Banco Central de Reserva del Perú, Red Peruana de Negocios, Universidad Nacional de Cajamarca, entre otras. Actualmente los objetivos principales son los siguientes: facilitar servicios de acceso al mercado a los asociados, articular los intereses hacia la promoción del desarrollo e inversión, promover la innovación, emprendimiento y competitividad

empresarial, desarrollar competencias de articulación productiva; y, promover la investigación y el desarrollo.

Figura 1. A continuación se observa el organigrama institucional, conformado por dos áreas directivas y nueve áreas administrativas.

Organigrama de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca



Fuente: Administración, Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca (2020)

El papel que desarrollo desde el área a mi cargo, Comunicaciones e Imagen, tiene como principales funciones proponer estrategias de comunicación y difusión para mantener y mejorar la imagen de la Cámara, reforzar las relaciones interinstitucionales, editar y supervisar, en forma continua, las publicaciones institucionales, identificar, supervisar y coordinar el financiamiento de material institucional como revistas, boletines, folletos; mantener contacto permanente y oportuno con los asociados, directivos y personal de la Cámara, convocando su

participación en diversos eventos; implementar y ejecutar estrategias para la promoción y difusión de los servicios y productos que ofrece la Cámara; organizar eventos institucionales y protocolares de la Cámara tanto a nivel interno como externo, mantener una excelente relación con los diferentes medios de comunicación, realizar el seguimiento y análisis de información emitida por los medios sobre temas relacionados a la Cámara; redactar y difundir notas, comunicados de prensa y artículos relacionados al accionar de la institución; organizar conferencias de prensa, coordinar entrevistas con los medios de comunicación para los directivos y personas vinculadas a la Cámara, brindar asesoramiento en sus declaraciones e información a difundir; organizar actividades internas de integración laboral, social, cultural, recreativa, brindar el soporte comunicacional a las áreas de la Cámara para eventos, capacitaciones u otras actividades requeridas; supervisar la imagen corporativa, presencia de marca e impecable presentación en las actividades que organiza la Cámara; mantener actualizada la página web y redes sociales de la Cámara y, velar por el uso correcto de la imagen corporativa de la Cámara.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

Me gradué de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación, con mención en Comunicación Corporativa en el año 2012 e inmediatamente ingresé a trabajar en la oficina de Comunicaciones del Gobierno Regional de Cajamarca, acumulando experiencia en las sub áreas, tales como fotografía corporativa, redacción de notas periodísticas, programas radiales y edición de vídeos.

Posteriormente, laboré en el sector privado e incrementé mi experiencia en marketing y diseño gráfico; nuevamente tuve la oportunidad de trabajar para el Estado; en el sector salud, laboré en un proyecto de Gerencia Regional de Desarrollo Social, coordinando campañas de sensibilización acerca del mejoramiento de la atención en áreas de neonatología en establecimientos de salud de varias provincias de la región Cajamarca; y, también trabajé en la oficina de Comunicaciones de la Dirección Regional de Salud – DIRESA Cajamarca, donde me encargaba de realizar los diseños gráficos, fotografía de eventos corporativos y desarrollo de campañas de comunicación.

Todas estas funciones relacionadas al cargo que ocupó actualmente, sumadas a los conocimientos adquiridos en los cursos de Redacción, Diseño Gráfico, Marketing, Taller de Radio y Televisión y Fotografía que cursé en la Universidad Privada del Norte; he podido llevar actividades de la Cámara organizándolas en su totalidad con participación de entidades locales y a nivel nacional.

Las funciones inmediatas que realicé al ingresar a la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca fueron diversas, pues me uní al equipo de trabajo en el mes de aniversario de la institución, y había un gran número de actividades programadas. Coorganicé el almuerzo cameral, coordiné la realización de foros regionales y entrevistas en medios de comunicación como TV Norte, Canal 45 Megavisión y Radio La Beta, coberturé con fotografías y redacté notas de cada evento realizado y las difundí entre los asociados y en los medios de comunicación locales de Facebook y diarios, hice un video de bienvenida a los nuevos asociados al gremio, entre otras.

Las actividades para el mes siguiente fueron en general, de uniformidad de la identidad visual en diseños impresos y virtuales, tales como: banners, tarjetas de presentación personal, papel membretado, certificados, señalética, tarecos, pos firmas, certificados, constancias, infografías, comunicados, pronunciamientos, entre otros.

A partir del mes de mayo de 2019 se retomó el diseño y difusión mensual del ‘Boletín Virtual de la Cámara’, el cual cuenta con información de gestión institucional y promoción de eventos organizados por la institución, el saludo institucional a los asociados en su aniversario gremial, espacios publicitarios contratados y artículos de interés empresarial como economía, marketing, fiscalización laboral, entre otros. A la fecha continúa publicándose.

Semanalmente organicé, coberturé y en algunas ocasiones dirigí eventos protocolares internos y externos como firmas de convenio, capacitaciones, puntos de encuentro, ferias empresariales, conversatorios, asambleas, ceremonias, clústeres, conferencias de prensa, entre otros.

A partir del primer trimestre laborado, incrementé el número de entrevistas; cuando asumí el cargo de Coordinadora de Comunicaciones e Imagen, se realizaban 3 entrevistas al mes, y se extendió a 2 a la semana en medios radiales, televisivos, impresos y en redes sociales como: La Beta Radio, UNC Radio, Megavisión Canal 45, Tv Norte, Diario Panorama Cajamarquino, Portafolio Periodístico, Opina Cajamarca, JR Producciones, entre otros. Actualmente, se cuenta con espacios a nivel regional en Red de Comunicación Regional – RCR, y en el boletín ‘Reporte Regional’ de PERUCÁMARAS, gremio que congrega asociaciones y cámaras de comercio representativas de todos los sectores de la actividad económica en el Perú.

Publiqué dos ediciones de la revista institucional ‘Mundo Empresarial’, en julio y diciembre de 2019; fui responsable del contenido informativo, así como de la coordinar la participación de autores de artículos de interés coyuntural; asimismo de la edición, diseño, diagramación y venta de espacios publicitarios.

Los principales inconvenientes en el desempeño de mi trabajo, fueron: la escasez de personal en el área y muchas veces tenía que encargarme de los eventos y hacer varias funciones importantes al mismo tiempo como la conducción, fotografía de cobertura, transmisión en vivo en *Facebook Live* y anotar las principales ideas o acuerdos.

Por otro lado, la institución no contaba con una base de datos actualizada por lo cual se tuvo inconvenientes en enviar correos masivos. Problemas que fueron todos superados progresivamente con la actualización al 100% de esta data. Otra limitación fue el tiempo de aprobación hacia cualquier propuesta, quedando varios días sin

respuesta en el área de Gerencia, y siendo aprobada con poco tiempo de anticipación, ello dificultaba el óptimo desarrollo de las actividades programadas. Actualmente, todas las áreas nos ceñimos a un plan operativo anual, desarrollado y evaluado mensualmente; contamos con nuevas metas en función a que cada año la institución cambia y se viene haciendo un replanteo por la pandemia.

Estoy segura de continuar impulsando el cumplimiento de los objetivos de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, gracias a mi experiencia y logros obtenidos.

CAPÍTULO III. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA

Habiéndose abierto una plaza laboral para el cargo de Coordinadora de Comunicaciones e Imagen en la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, postulé y fui aceptada, más aún habiendo realizado mis prácticas pre profesionales en el año 2012 y coincidiendo con algunos empleadores que aún laboran en la institución y quienes estuvieron contentos con mi trabajo realizado en su momento.

El gremio empresarial está liderado por un Consejo Directivo elegido democráticamente por un periodo de dos años. Está conformado por el Presidente, Vicepresidente y seis secretarios: de Asuntos Económicos y Financieros, de Actas y Archivos, de Comités Gremiales, de Organización, de Relaciones Institucionales Nacionales e Internacionales; y de Infraestructura e Informática. El personal administrativo está conformado por las siguientes áreas: Gerencia, Administración, Servicios Empresariales, Comunicaciones e Imagen, Registro Provincial de Protestos y Moras y Centrales de Riesgo, Finanzas, Facturación y Cobranzas.

Entre las funciones que he desempeñado, considero de suma importancia el diseño y difusión del ‘Boletín Virtual de la Cámara’, porque habiendo encontrado entre los problemas principales, el bajo nivel de resonancia de la gestión institucional de la Cámara de Comercio, en asociados y no asociados, desarrollé la estrategia de una difusión continua, constante y atractiva. Esta estrategia ha traído múltiples beneficios a la institución, pues es ampliamente difundido, siendo enviado mensualmente a través de mailing y publicado en las redes sociales de la Cámara, así como la página web; adicionalmente, ha generado retribución a los asociados porque tiene una sección de

saludo de aniversario gremial y *flyers* de eventos próximos. A partir de agosto de 2020 cuenta con espacios contratados de publicidad, generando un ingreso económico desde el área de Comunicaciones e Imagen. He buscado que el contenido de este material tenga características novedosas, responda a las necesidades de los asociados y muestre un nuevo rostro de la Cámara de Comercio. La Econ. Cecilia Abanto, gerente de la Cámara de Comercio y los miembros del Consejo Directivo han expresado su satisfacción con el trabajo realizado.

Al ingresar a la institución, el problema más notorio fue una baja resonancia del gremio empresarial en su público objetivo; por ello, a partir de marzo del año 2019 a través de un plan operativo anual presentado al área de Gerencia, propuse una serie de actividades comunicacionales que incluyeron alternativas de solución, presupuestos y cronogramas de ejecución:

A) Difusión de la información de gestión institucional:

Inicié con la recopilación diaria de información; creé, actualicé, mejoré e innové plataformas virtuales, tales como: redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube), página web, boletín virtual mensual y retomé la difusión de la revista institucional ‘Mundo Empresarial’ relanzándola con un formato diferente, más dinámico y moderno; con ello logré una mejora significativa del alcance de la información difundida en distintos medios tradicionales y multimedia.

B) Mejora de la imagen institucional:



A través de la programación de entrevistas al presidente de la Cámara y miembros del Consejo Directivo de los diferentes periodos, en medios radiales, televisivos, escritos y en Facebook, entre ellos: al past presidente Mg. Oscar Mendoza, a la gerente, Econ. Cecilia Abanto y actualmente a la presidenta, Ing. Lorena Sandoval en reconocidos medios de comunicación televisivos, radiales, escritos y digitales como Sol Tv, Otra Prensa, Portafolio Periodístico, Cajamarca Noticiosa, Canal 25, JR Producciones, etc. A través de estas actividades logré que la Cámara se posicionara como una institución proactiva en cuanto a actividades realizadas para el desarrollo de las actividades a favor del empresariado cajamarquino.

C) Posicionar a la Cámara como una de las instituciones privadas líder en impulsar al sector privado cajamarquino a nivel nacional:

Coordiné la difusión de las notas informativas más relevantes con una periodicidad quincenal, acerca de la gestión institucional del gremio empresarial en el boletín 'Reporte Regional' de PERUCÁMARAS, logrando presencia en medios nacionales; por ello, llevando a la Cámara a resonar en uno de los gremios empresariales más importantes del país.

Incrementar la participación de asociados, no asociados y público empresarial en eventos, capacitaciones, cursos de especialización, entre otros, tales como: Foros de Empoderamiento Femenino, Seguridad y Salud en el Trabajo, Presentaciones del Banco Central de Reserva del Perú – BCRP acerca del Desarrollo de la Actividad Económica en Cajamarca, Mesas de trabajo con SUNAFIL, etc.

Creé una agenda empresarial mensual, la cual es difundida hasta la fecha a través de *mailing*, grupos de WhatsApp organizados por Comités Gremiales, la página web y redes sociales; adicionalmente, elaboro, edito y difundo videos de los ponentes involucrados en cada evento, logrando incrementar el interés en participar de eventos gratuitos y pagados.

D) Publicar la revista Mundo Empresarial:

A partir de mi gestión se difundieron dos ediciones por año con un formato renovado en las cuales se pueden encontrar, además de las notas informativas de alta importancia, artículos de interés en temas económicos, de ventas, marketing, salud, turismo, etc. A mediados del año 2020, se presentó una propuesta de digitalizarla en trabajo conjunto con un consultor de Comunicaciones. Se aprobó y quedó en formato digital como una página web para revistas; tuvo gran acogida

pues, empresas reconocidas a nivel nacional e internacional apostaron por auspiciarla, tales como: Minera Gold Fields, Concesionarios de Ford, Hyundai y Mitsubishi, Corporación Ferreyros y el Colegio Davy College. Actualmente, este medio además de ser un importante espacio de difusión de gestión institucional, busca generar ingresos económicos a través de espacios publicitarios; por ello se encuentra en rediseño y con una propuesta más interactiva desde el punto de vista tecnológico, pues se desea habilitar la posibilidad de cerrar ventas online a través de la sección ‘Cámara Negocios’, también está siendo difundida a nivel regional y nacional a las diferentes instituciones aliadas públicas y privadas.

E) Publicar el ‘Boletín Virtual de la Cámara’:

Este medio informativo de gestión institucional, tiene una periodicidad mensual, y se viene difundiendo desde mayo de 2019. Entre su principal contenido, destacan las notas informativas, flyers de eventos a realizarse, saludo a los asociados de aniversario gremial, La finalidad del boletín es generar y reforzar presencia entre los asociados, agilizar mensajes de relevancia para los empresarios; pasando a modernizarse a través de una selección de tipos de fuente que, según el manual de identidad visual se debe utilizar la tipografía Myriad Pro; sin embargo, la experiencia de diseño gráfico sugiere que, para textos más amplios se utilicen tipografías sans serif o palo seco, por ello la reemplacé por Trebuchet, con la finalidad de hacer más sencilla la lectura en pantalla; a partir de agosto de 2019 se incrementaron espacios publicitarios pagados.

F) Mejorar la comunicación interna:

Al principio, todos los comunicados y coordinaciones entre áreas eran con poco tiempo de anticipación o no se hacían y ello generaba desconocimiento de información importante, siendo un problema para los asociados y no asociados quienes consultaban y no se tenía una respuesta correcta. Logré mejorar el problema con las siguientes soluciones: implementación del uso del calendario corporativo en Outlook, creación de un grupo de WhatsApp donde participa todo el personal para coordinaciones más rápidas, actualización del periódico mural con secciones de servicios empresariales, próximos eventos, números de contacto y notas informativas relevantes. Asimismo, hubo un notorio mejoramiento del clima laboral con la celebración mensual de cumpleaños, y agasajos en días festivos importantes como Día de la Madre, Día del Padre, Día del Trabajador, Navidad, entre otras fechas conmemorativas.

G) Diseño gráfico de piezas comunicacionales virtuales e impresas:



Cuando empecé a trabajar en la Cámara, no existía uniformidad en las piezas gráficas, por ello ordené el manual de identidad visual y respetando este manual, a partir de mi ingreso a la institución reorganicé y creé plantillas para la elaboración de todas las comunicaciones que se envían de cada área. Estos diseños respetando el manual se renuevan cada año, los de eventos como los de comunicación directa menor, tales como: plantillas para *webinars*, capacitaciones, cursos, brochures de diplomados, infografías de las áreas, tarjetas impresas, certificados de participación de eventos, constancias de asociados, saludos de aniversarios institucionales, entre otros.

H) Elaboración, edición y difusión de vídeos:



En 2019 creé el canal oficial de la Cámara en YouTube (<https://bit.ly/3q9ERn5>), con ayuda del programa Adobe Premiere 5S edité el contenido de entrevistas realizadas a los presidentes de la Cámara, acerca de eventos organizados y coorganizados, así como el rol articulador que cumple el gremio en la sociedad; saludos institucionales e invitaciones de ponentes a eventos tales como: conferencias magistrales de ‘Derechos Humanos’ e ‘Innovación: la salida a todas las crisis’; saludo institucional de Fiestas Patrias, Seminario ‘Efectos legales en la salud electiva en el marco de la pandemia COVID-19’, Congresos de Ventas y Marketing, entre otros.

Debido a la pandemia, se realizaron *webinars* y capacitaciones en general. Este canal se renueva constantemente, actualmente se ha incluido entrevistas semanales a un asociado representativo del gremio empresarial.

Cada etapa es cuidadosamente evaluada y estudiada, los proyectos en algunos casos se han adecuados a la situación de pandemia que vivimos como por ejemplo los

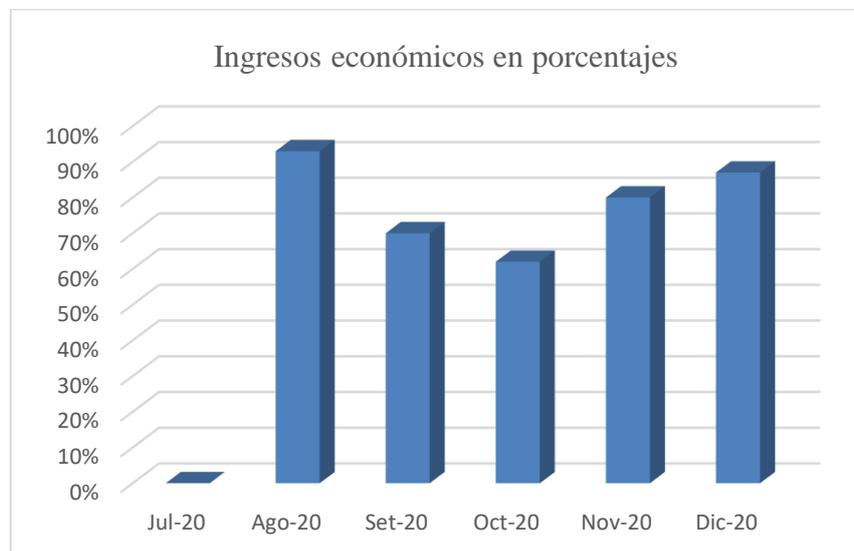
eventos corporativos que ahora se hacen de manera virtual, pero se les está dando prioridad a los *webinars*.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS

Durante la presente gestión del área que dirijo ha habido un evidente incremento de ingresos económicos, debido a la venta mensual de espacios publicitarios en el ‘Boletín Virtual de la Cámara’, la cual fue acogida por los asociados y felicitada por el área de gerencia.

Figura 2

Descripción de porcentajes comparativos de ingresos económicos mensuales:



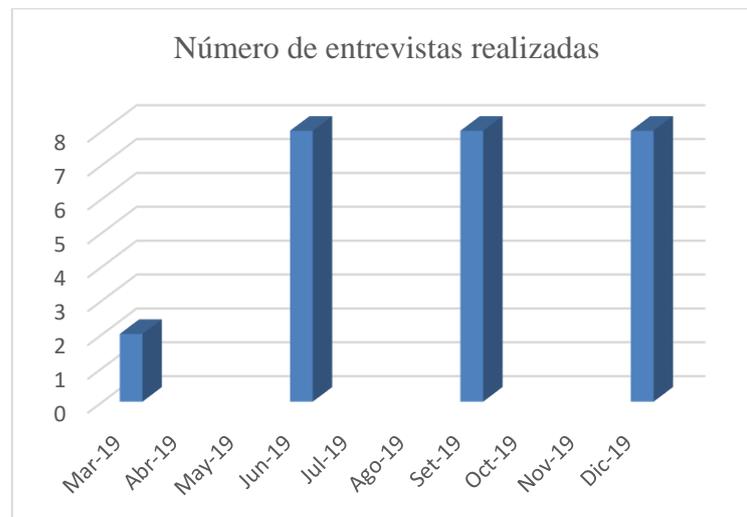
Fuente: Marín, A. (2021)

Este cuadro representa el ingreso progresivo, producto de la venta de publicidad como se puede observar son óptimos resultados económicos, gestionados a través del área que dirijo, a raíz de la iniciativa de vender los espacios de publicidad mensual, a un precio accesible y diferenciado, que comprende tamaños A4 y A5. La idea fue aceptada por el área de Gerencia y tuvo gran acogida por parte de los asociados y no asociados, quienes ya conocían el Boletín Virtual.

Figura 3

A la fecha, se ha mantenido un buen número de entrevistas coordinadas semanalmente, las cuales han sido de agrado por parte de los directivos, voceros oficiales y de los asociados. Ello ha conllevado a mejorar la imagen institucional y a incrementar el número de miembros.

Incremento del número de entrevistas a directivos de la Cámara de Comercio:



Fuente: Marín, A. (2021)

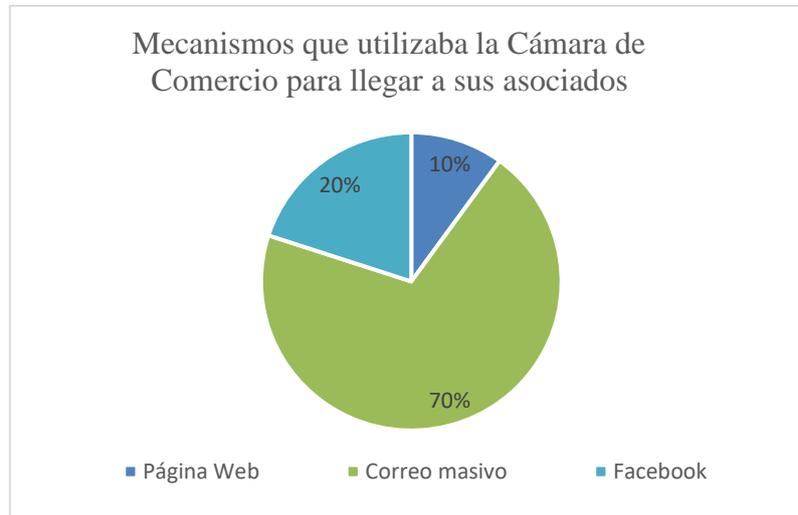
Este cuadro representa el incremento y permanencia del número de entrevistas a los principales voceros de la Cámara de Comercio en prestigiosos medios de comunicación televisivos, radiales, escritos y digitales a nivel regional; actualmente se cuenta con espacios en medios digitales a nivel nacional, tales como Red de Comunicación Regional y PERUCÁMARAS.

Figura 4

Inicialmente, la difusión de información sobre la gestión institucional se hacía de manera esporádica y sin planificación de publicaciones en su entonces única red social: Facebook; actualmente, cuenta con Instagram, Twitter y YouTube, así como una página web dinámica

y actualizada permanentemente; hay un óptimo manejo de redes sociales y un constante envío de correos masivos con información relevante.

Mecanismos que utilizaba la Cámara de Comercio:



Fuente: Marín, A. (2021)

Este cuadro muestra los mecanismos que utilizaba la Cámara de Comercio para la difusión de información de gestión institucional, en su mayoría y sin éxito el correo electrónico masivo. Por lo tanto, ha sido un acierto considerar priorizar el uso de redes sociales para poder establecer un vínculo con los asociados.

De lo anteriormente explicado se concluye que la experiencia laboral ha sido, es y seguirá siendo enriquecedora y motivadora en mi crecimiento profesional continuo, gracias a los cursos llevados en la Universidad Privada del Norte sede Cajamarca, he podido desempeñarme en las funciones encargadas. Los cursos han sido de gran utilidad a lo largo de mi vida laboral.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Se puede afirmar que a la actualidad he logrado desempeñarme profesionalmente, habiendo acumulado experiencia laboral suficiente para destacar en el área de Comunicaciones e Imagen en la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca y en diversas instituciones donde laboré.

La experiencia del área corporativa, diseño de estrategias comunicacionales e imagen institucional ha sido sumamente enriquecedora para mi desarrollo profesional y laboral. Luego de los nueve años de experiencia laboral y más de dos años en la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, siento que he logrado tener la capacidad para desempeñarme como comunicadora social, a cargo de importantes jefaturas en otras instituciones.

Los cursos de Redacción, Fotografía, Diseño Gráfico y Comunicación Corporativa han sido las columnas en las que me he apoyado para lograr exitosamente el cumplimiento de los objetivos de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca.

RECOMENDACIONES

Producto de la experiencia recogida, reconozco la importancia de las prácticas pre profesionales, las cuales podrían llevarse desde sexto ciclo, profundizar conocimientos en un curso de organización de eventos corporativos para facilitar el trabajo de los estudiantes, por otro lado, el dominio del idioma inglés es indispensable para un comunicador para el desarrollo de Cajamarca y Finalmente, los flamantes profesionales deben continuar estudiando y continúen enriqueciendo sus conocimientos a través de diplomados, cursos de especialización, maestrías, etc., pues nuestra carrera profesional nos inclina a continuar en una constante actualización de dominio de contenidos tecnológicos.

REFERENCIAS

Hernández, R. (Ed.). (2010). *Metodología de la Investigación*. Ciudad de México,
México: Editorial Mc Graw Hill.

Ñaupas, H. (Ed.). (2014). *Metodología de la Investigación - Cuantitativa – Cualitativa –
Redacción*. Bogotá, Colombia: Editorial Ediciones de la U.

Rodríguez, U. (Ed.). (2017). *El manual del Tesista Consejos Prácticos para que termines
tu tesis en un mes*. Bogotá, Colombia: Editorial UVR Correctores de Textos.

ANEXO n.º 1. Link de la página web: https://camcajamarca.com.pe/camcaj_v1/

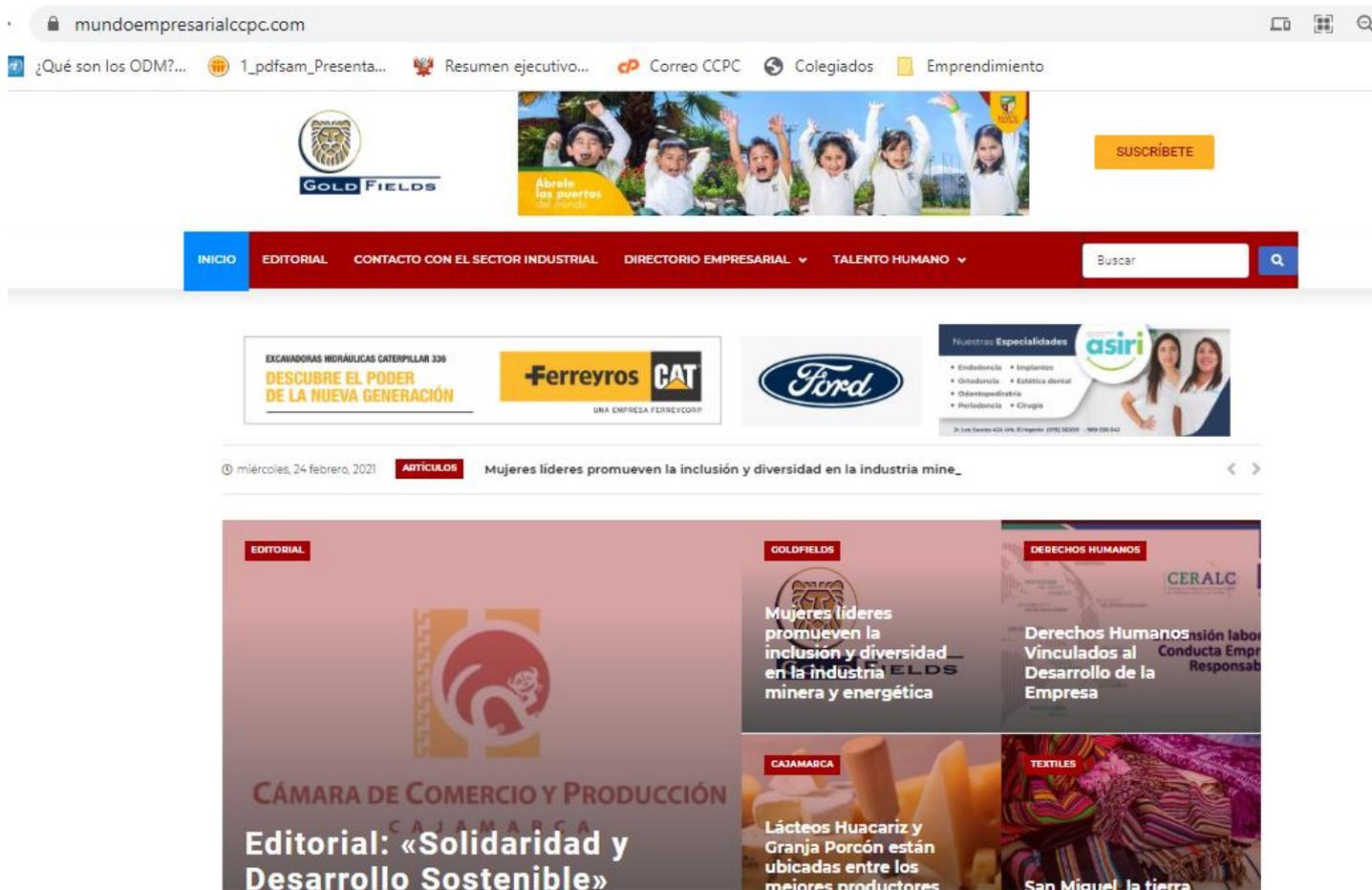


The screenshot shows a web browser displaying the website camcajamarca.com.pe/camcaj_v1/. The browser's address bar and tabs are visible at the top. The website header includes the text "Aportando al desarrollo de Cajamarca desde 1930" and a navigation menu with icons for Facebook, Instagram, and YouTube. Contact information is provided: "Visítanos: Jr. Juan Villanueva N° 571", "Llámanos: +51 76 36 2450", and "Escribenos: asistente.gerencia@camcajamarca.com.pe".

The main content area features a video conference grid with 12 participants. Below the grid is a news article with the headline "La Cámara de Comercio continúa articulando esfuerzos, para el análisis de la viabilidad del Proyecto 'Presa del Chonta'" and a sub-headline "COMUNICACIÓN E IMAGEN febrero 22, 2021". To the right of the article is a sidebar with the title "Términos de Referencia: Servicio para la Contratación de Consultores para Brindar Asesoría Especializada para la Elaboración de Planes de Negocio a Beneficiarios del Proyecto Fortalecimiento de Competencias para el Emprendimiento de los Sectores Comercio y Servicio - Cajamarca" and a photograph of a group of people.

ANEXO n.º 2. Link de la revista digital ‘Mundo Empresarial’:

<https://mundoempresarialccpc.com/>



The screenshot shows the homepage of the digital magazine 'Mundo Empresarial'. At the top, there is a navigation bar with a search box and a 'SUSCRIBETE' button. Below this is a main banner featuring the Goldfields logo and a group of children with the text 'Abrele las puertas del mundo'. The main menu includes 'INICIO', 'EDITORIAL', 'CONTACTO CON EL SECTOR INDUSTRIAL', 'DIRECTORIO EMPRESARIAL', and 'TALENTO HUMANO'. Below the menu are several advertisements for Caterpillar, Ferreyros, Ford, and Asiri. The main content area features a date 'miércoles, 24 febrero, 2021' and a category 'ARTICULOS' with the title 'Mujeres líderes promueven la inclusión y diversidad en la industria mine...'. Below this are several article thumbnails: 'EDITORIAL: «Solidaridad y Desarrollo Sostenible»' from the Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca; 'Mujeres líderes promueven la inclusión y diversidad en la industria minera y energética' from Goldfields; 'Derechos Humanos Vinculados al Desarrollo de la Empresa' from CERALC; 'Lácteos Huacariz y Granja Porcón están ubicadas entre los mejores productores' from Cajamarca; and 'San Miguel, la tierra' from Textiles.

ANEXO n.º 3. Link de la última edición de la revista impresa ‘Mundo Empresarial’:

https://camcajamarca.com.pe/camcaj_v1/category/mundo-empresarial/



ANEXO n.º 4. Link de los Boletines Virtuales de la Cámara:

https://camcajamarca.com.pe/camcaj_v1/category/boletin-virtual/

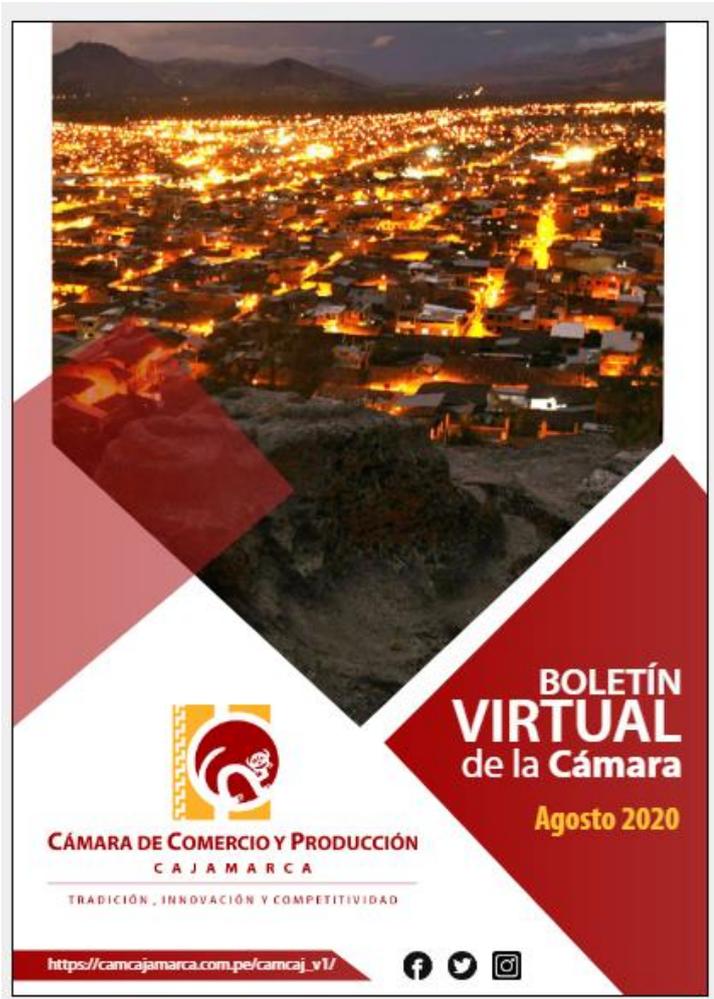
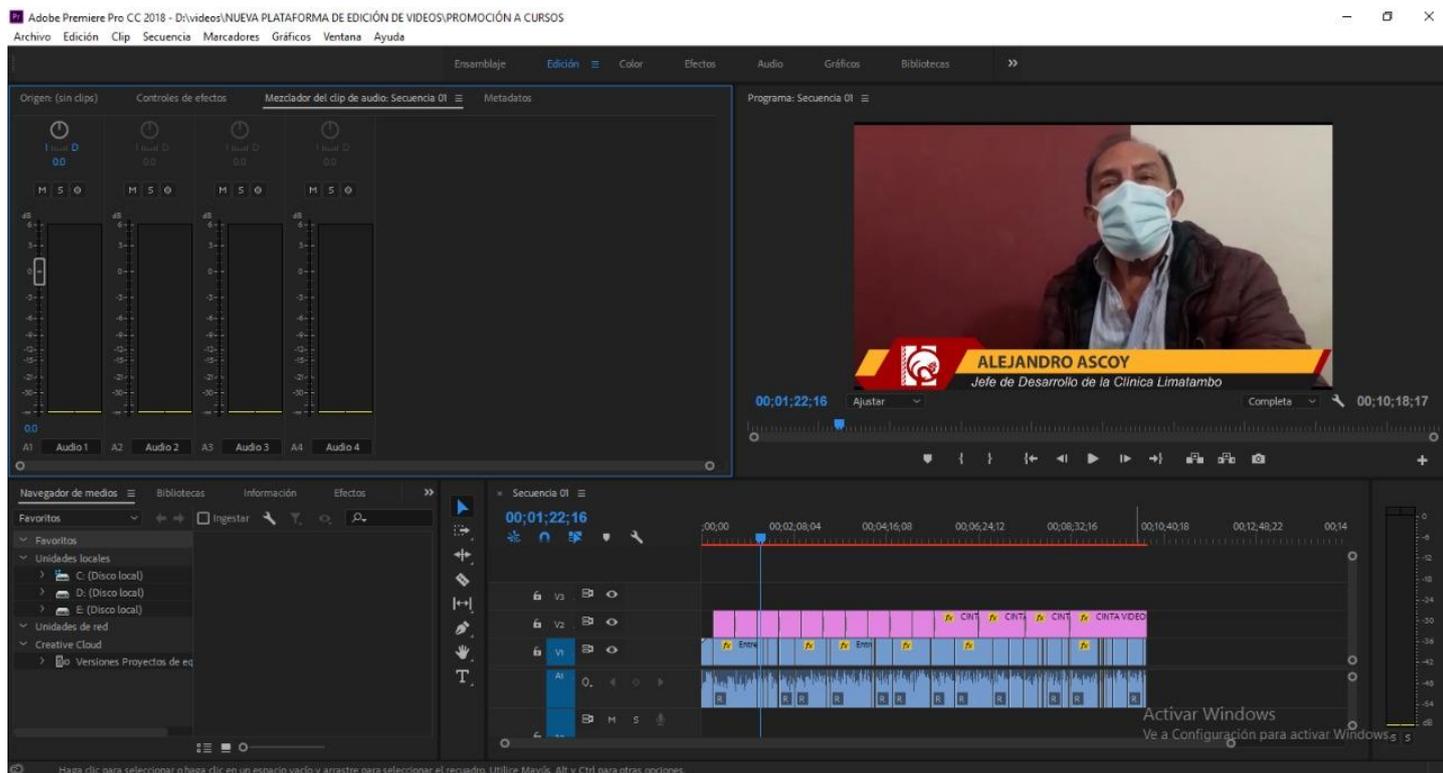


TABLA DE CONTENIDOS

- 03** La Cámara y la SUNAFIL instalaron una mesa de trabajo descentralizada
- 04** La Cámara realizó exitosamente la II Feria Virtual Impulsa Cajamarca
- 05** La Cámara y la Municipalidad Provincial de Cajamarca entregaron premios a los ganadores del Capital Semilla del Proyecto Innova y Emprende - II Edición
- 06** La Cámara participó de la Ceremonia de Juramentación del Consejo Directivo del Colegio de Economistas, para el periodo 2020 - 2021
- 08** ¡Feliz Aniversario, Asociados!
- 10** Se realizó con éxito el I Congreso Nacional de Ventas e Innovación Empresarial
- 11** La Cámara y la SUNAFIL inician ciclo de capacitaciones en inspección laboral
- 12** Presidentes de Comités Gremiales coordinaron actividades para el presente año
- 13** Conferencia "Consideraciones para el cierre de año contable financiero 2020"



ANEXO n.º 5. Edición de videos:



ANEXO n.º 6. Material Gráfico:

 PLATAFORMA
ZOOM

 CÁMARA DE COMERCIO Y PRODUCCIÓN
CAJAMARCA

 RECURSOS S.A.C.
COMERCIALIZADORA DE SERVICIOS DE CONSULTORÍA EMPRESARIAL



PRESENTACIÓN DEL ESTUDIO
“Desempeño y
Expectativas
Empresariales
2020 - 4”



MIÉRCOLES 10 DE FEBRERO • 11:00 A.M.

PONENTE:
MBA. Oscar Mendoza Vargas
Gerente en Recursos SAC, filial Cajamarca.

 Informes: servicios.empresariales@camcajamarca.com.pe / 985 230 002 - 940 223 766



CONVERSATORIO

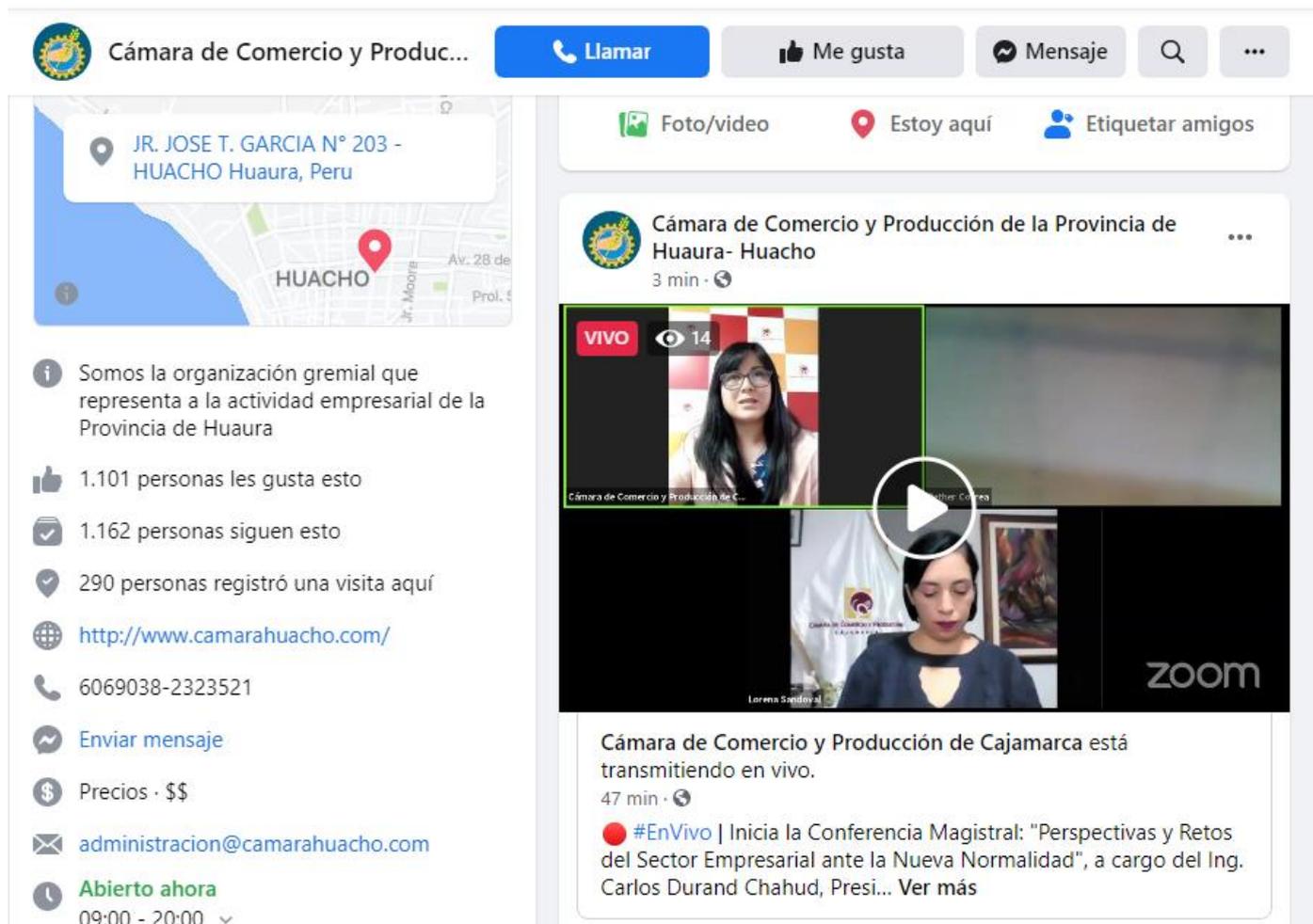
SEGUNDA
OLA
COVID-19

PONENTES:
• Dr. Víctor Zavaleta Gavidia
Director de Epidemiología DIRESA
• Equipo de la DIRESA



Más información:
 921 527 942

29 ENE. • 11:30 A.M.
Plataforma: GoogleMeet



Cámara de Comercio y Produc... [Llamar](#) [Me gusta](#) [Mensaje](#) [Q](#) [...](#)

[Foto/video](#) [Estoy aquí](#) [Etiquetar amigos](#)

 **Cámara de Comercio y Producción de la Provincia de Huaura- Huacho** [...](#)
3 min · [Globe icon](#)

VIVO [14](#)

Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca está transmitiendo en vivo.
47 min · [Globe icon](#)

[#EnVivo](#) | Inicia la Conferencia Magistral: "Perspectivas y Retos del Sector Empresarial ante la Nueva Normalidad", a cargo del Ing. Carlos Durand Chahud, Presi... [Ver más](#)

Info: Somos la organización gremial que representa a la actividad empresarial de la Provincia de Huaura

1.101 personas les gusta esto

1.162 personas siguen esto

290 personas registró una visita aquí

<http://www.camarahuacho.com/>

6069038-2323521

[Enviar mensaje](#)

Precios · \$\$

administracion@camarahuacho.com

Abierto ahora
09:00 - 20:00 [v](#)