

CAPITULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

En la sociedad actual, la organización y asociación de entidades, personas o grupos ha permitido el avance y desarrollo en muchos aspectos tanto económicos, tecnológicos y sociales. En este contexto, la información que se comparten entre estos grupos es lo que ha llevado al éxito y a alcanzar los objetivos trazados desde un principio.

Con esta investigación se evaluaron las opiniones que los socios de la Cámara de Comercio e Industria de el Salvador, específicamente del Área Metropolitana de San Salvador, tienen sobre el trabajo comunicacional que esta realiza, además de analizar la efectividad de los canales de comunicación y el nivel de aceptación de los mensajes enviados a través de estos.

Al realizar esta evaluación se concluye que los socios de la Cámara de Comercio e Industria del Área Metropolitana de San Salvador, han buscado a esta organización como un apoyo para el progreso de su micro, pequeña, mediana o gran empresa. Cabe destacar que el rubro de Servicios, es al que pertenecen la mayoría de los encuestados.

Menciona Gary Kreps que *la comunicación externa en las organizaciones implica dar y recibir información entre estas y sus entornos relevantes*, comprobando que si, la información enviada por la organización es importante para los socios.

Las organizaciones son sistemas vivos y abiertos donde fluye información a cada momento, y cualquiera que sea su objetivo su propósito es satisfacer una necesidad de su entorno, es por eso que la información que brinda la Cámara de Comercio en cuanto a, calidad y cantidad es bien evaluada por los diferentes socios.

Muchos canales o herramientas ayudan a transmitir los mensajes de una organización a su público objetivo, se concluye que los diversos canales de comunicación que posee la Cámara de Comercio, son efectivos para transmitir la información que se desea a los socios.

Pero el poseer canales efectivos no basta si el mensaje que conlleva es útil o no para el receptor. La presente investigación demostró que el nivel de aceptación que tienen los socios sobre la información enviada por la Cámara es bien aceptada por estos.

Buscando un apoyo para el crecimiento de su empresa, los socios esperan además que la información que brinda la Cámara de Comercio abarque temas de interés empresarial y gestiones que afecten o beneficien a los socios.

Una buena comunicación entre Cámara y socios, donde la información brindada cumpla con ser clara y concisa, que llegue a tiempo y sea de beneficio a los socios, contribuye a cumplir los objetivos y los valores que rigen su actividad gremial, los cuales buscan el desarrollo económico y social del país.

Se concluye que las opiniones de los distintos socio sobre el trabajo comunicacional que hace la Cámara de Comercio son positivas.

6.2 RECOMENDACIONES.

La Cámara de Comercio, como organización que aglutina a varios socios, debe saber los diferentes puntos de vista de sus agremiados para mantener y mejorar la buena comunicación que existe.

Para mantener y aumentar la participación de socios, es necesario enviar los mensajes adecuados a cada una de las audiencias y según los resultados obtenidos aprender a desarrollar mejor las herramientas que poseen.

Se recomienda desarrollar y mejorar la página web de la Cámara, pues fue una de las herramientas mal evaluada por los socios, las razones varían ya que mientras que uno explicaron que no la conocían, otros dijeron que la hallaban muy saturada de información.

La investigación que se realizó buscó evaluar el trabajo comunicacional de la Cámara, la revista y el correo electrónico salieron muy bien evaluados, por lo tanto se debería poner mayor énfasis en su optimización, por otro lado, no solo de esta herramientas se debe apoyar la Cámara de Comercio para mantener a sus socios informados, es importante que se mejore y de a conocer la existencia de las otras herramientas. La realización de una campaña expositiva a los miembros sobre la existencia de la página web, todo esto informándolo en las diferentes reuniones que tienen los socios y en los seminarios que se organizan cada mes.

Es por ello que se recomienda a la Cámara de Comercio que periódicamente evalúen la opinión de sus socios en cuanto a las diferentes herramientas con que esta cuenta y así mejorar su trabajo comunicacional. Todo esto para conocer las fortalezas y debilidades de cada herramienta.