



**Tecnología Superior en Gestión del Talento
Humano.**

**Título de la propuesta: Plan de Clima Laboral Enfocado a la Comunicación
Organizacional Interna para el Centro Médico Popular San Carlos.**

**Trabajo de titulación presentado como requisito previo para optar por el
título de Tecnólogo/a Superior en Gestión del Talento Humano**

AUTORA: Calderón Villacis, Estefanía Andrea.

TUTORA: Dra. Rojas Castillo, Carmen Victoria.

DMQ-Marzo-2023

CERTIFICADO DEL TUTOR.

En el Tecnológico Universitario Pichincha, es presentado por la ciudadana ESTEFANIA ANDREA CALDERÓN VILLACIS, optar por el título de Tecnóloga Superior en Gestión del Talento Humano, CERTIFICO que dicho proyecto ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Atentamente

Dra. Rojas Castillo Carmen Victoria
cvrojas@tecnologicopichincha.edu.ec
Teléfono móvil: 0998233227
Cédula de identidad: 1801715853

DECLARACIÓN DE IDONEIDAD.

Yo, ESTEFANIA ANDREA CALDERÓN VILLACIS, declaro bajo juramento que el trabajo aquí desarrollado es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún Proyecto de Grado aquí o en otra institución o calificación profesional y son absolutamente originales, auténticos y personales; y que, además, he referido las fuentes bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración cedo los derechos de propiedad intelectual correspondientes a este trabajo, para el aprovechamiento de futuras generaciones.



Estefanía Andrea Calderón Villacis
Cedula de Identidad: 1715503247
Correo: tefa587@hotmail.com
Teléfono móvil: 0995905933

DEDICATORIA.

Hoy cuando termino mis estudios dedico este logro. A mi hermana Sonia Calderón, que ha sabido acompañarme en cada momento de mi vida, por ser el pilar fundamental de este proceso académico, por su apoyo incondicional en todo sentido, por siempre ser mi mejor guía y ejemplo para seguir.

A mis padres Carmen Villacis, Esteban Calderón, por ser la base de mi desarrollo personal, otorgándome valores, principios, perseverancia y carácter. Ellos me han brindado su consejo, apoyo y respaldo para conseguir mis objetivos.

A mis hermanos, Adriana, Patricia, Carlos Calderón, por darme siempre aliento y absoluto apoyo; a Francisco Arcentales, por su amor incondicional. Por último, a mis amigos de carrera Mishell Leones, Carla Ledesma, Ariel López y Edison Arellano, por el apoyo que nos hemos brindado desde el día uno de habernos conocido.

Estefanía Calderón.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por la fuerza y guía, para culminar una meta más que me permitirá alcanzar mis objetivos, al Tecnológico Universitario Pichincha, del cual me siento profundamente orgullosa, por haberme brindado una educación basada en el respeto y crecimiento profesional, un agradecimiento especial a MSc. Saúl Pérez e Ing. Victoria Mena que siempre me han apoyado y guiado, ante cualquier eventualidad durante el tiempo de mis estudios.

A mi docente tutora, Dra. Carmen Rojas, que me impartió sus conocimientos durante este proceso académico, a los docentes que me brindaron sus enseñanzas, siendo quienes han sabido guiarme con su paciencia y amor por la docencia, gracias por su tiempo en mi preparación profesional.

Estefanía Calderón.

RESUMEN EJECUTIVO.

Un clima laboral óptimo tiene un impacto directo en el funcionamiento y la satisfacción de los colaboradores, si no es el adecuado, no podrán alcanzar su máximo potencial aun que desarrollen las habilidades del perfil de puesto.

El clima y la comunicación de una organización afecta la forma en que las personas trabajan juntas, cada colaborador tiene un papel en la forma en que la empresa se comunica entre sí, siendo un proceso en el que se envía y recibe información.

La comunicación organizacional, es la base de un clima laboral idóneo, pues en los últimos tiempos las organizaciones con sus líderes de equipos y directivos han descubierto el beneficio que implica su gestión positiva porque esta gestión del flujo y rendimiento de la información puede ser un componente de éxito o fracaso en el ámbito organizacional.

El clima y la comunicación interna debe ser dinámica multidireccional y debe estar al alcance de cada uno de los colaboradores en base a la tecnología,

La comunicación interna en el “Centro médico Popular San Carlos”, debe modernizarse usando herramientas y canales informáticos, pero deben respetar el grado en que la transformación digital se da en la organización como hasta que nivel debe llegar esta tecnología a incorporarse, la comunicación interna debe coincidir con la tipología organizacional, el giro del negocio.

La comunicación digital ya no es una opción, ya es una parte esencial para cada una de las organizaciones. Por eso es importante que se mantenga al día con las tendencias que pueden ayudar a maximizar el rendimiento de la organización y el perfil del colaborador.

ABSTRACT.

An optimal work environment has a direct impact on the functioning and satisfaction of employees, if it is not adequate, they will not be able to reach their full potential even if they develop the skills of the job profile.

The climate and communication of an organization affects the way people work together, each employee has a role in the way the company communicates with each other, being a process in which information is sent and received.

Organizational communication is the basis of an ideal work environment, because in recent times organizations with their team leaders and managers have discovered the benefit of their positive management because this management of the flow and performance of information can be a component of success or failure in the organizational field.

The climate and internal communication must be dynamic multidirectional and must be available to each of the collaborators based on technology,

Internal communication in the "Centro medico Popular San Carlos" must be modernized using computer tools and channels, but they must respect the degree to which digital transformation occurs in the organization as to what level this technology must be incorporated, internal communication must coincide with the organizational typology, the turn of the business.

Digital communication is no longer an option; it is already an essential part for each of the organizations. That's why it's important to keep up with trends that can help maximize organizational performance and employee profile.

ÍNDICE DE CONTENIDOS.

Introducción.	1
Tema	1
Planteamiento del Problema.	2
Formulación del Problema	2
Idea a Defender.	2
Objetivos del Plan.	3
Objetivo General.....	3
Objetivos Específicos.....	3
Justificación.	3
CAPITULO I	6
FUNDAMENTACIÓN TEORICA.	6
Marco Teórico.....	6
Marco Conceptual.....	23
Marco Legal.....	25
CAPITULO II	26
DIAGNOSTICO SITUACIONAL.	26
Marco Temporo Espacial.....	26
Marco Institucional.....	28
Marco Metodológico.....	32
Presentación de los Resultados e Informes.....	33
FODA.....	34
Encuesta	41
CAPITULO III	49
PROPUESTA.	49
Flujo del Proceso.....	49
Líneas de Acción.....	52
Conclusiones.....	62
Recomendaciones.....	63
Anexos.	67

ÍNDICE DE GRÁFICOS.

Figura 1 <i>Análisis crítico del problema.</i>	2
Figura 2 <i>Factores del clima laboral.</i>	7
Figura 3 <i>Tipos de clima laboral.</i>	10
Figura 4 <i>Componentes de la comunicación organizacional</i>	14
Figura 5 <i>Comparativa de jerarquías necesidades humanas vs clima laboral y comunicación organizacional.</i>	18
Figura 6 <i>Medios y canales para la comunicación interna corporativa.</i>	20
Figura 7 <i>Software App steeples para el “Centro Médico Popular San Carlos”</i>	21
Figura 8 <i>Macro localización del sector.</i>	27
Figura 9 <i>Micro localización del sector.</i>	27
Figura 10 <i>Establecimiento.</i>	28
Figura 11 <i>Organigrama.</i>	29
Figura 12 <i>Logotipo.</i>	30
Figura 13 <i>Eslogan</i>	30
Figura 14 <i>Encuesta</i>	41
Figura 15 <i>Consolidado respuestas excel.</i>	42
Figura 16 <i>Pregunta 1</i>	42
Figura 17 <i>Pregunta2</i>	43
Figura 18 <i>Pregunta 3</i>	43
Figura 19 <i>Ítems, referencia de respuestas pregunta 3.</i>	44
Figura 20 <i>Pregunta 4</i>	45
Figura 21 <i>Pregunta 5</i>	46
Figura 22 <i>Pregunta 6</i>	47
Figura 23 <i>Pregunta 7</i>	47
Figura 24 <i>Flujo del proceso plan de comunicación organizacional interna.</i>	49
Figura 25 <i>Flujo correcto de comunicación organizacional interna.</i>	51

ÍNDICE DE TABLAS.

Tabla 1 <i>Líneas y sublíneas de investigación.</i>	4
Tabla 2 <i>Ejes del proyecto integrador.</i>	5
Tabla 3 <i>Factores positivos y claves motivacionales</i>	11
Tabla 4 <i>Tipos de comunicación organizacional.</i>	13
Tabla 5 <i>Barreras de comunicación.</i>	13
Tabla 6 <i>10 Ideas de comunicación interna</i>	22
Tabla 7 <i>Variantes FODA.</i>	34
Tabla 8 <i>Cuadro de priorización de las amenazas.</i>	35
Tabla 9 <i>Cuadro de priorización de las debilidades.</i>	36
Tabla 10 <i>Cuadro de priorización de las fortalezas.</i>	37
Tabla 11 <i>Cuadro de priorización de las oportunidades.</i>	38
Tabla 12 <i>Matriz de cruce para estrategias de sostenimiento o mejoramiento.</i>	38
Tabla 13 <i>Marca de comunicación.</i>	52
Tabla 14 <i>Correo corporativo.</i>	53
Tabla 15 <i>Cartelera física y digital.</i>	54
Tabla 16 <i>Software y aplicación móvil de comunicación interna Steeple.</i>	55
Tabla 17 <i>Desayuno briefing.</i>	58
Tabla 18 <i>Reinducción y capacitación.</i>	59
Tabla 19 <i>Indicadores del producto.</i>	60
Tabla 20 <i>Cronograma.</i>	62

Introducción.

Actualmente medir la percepción del clima laboral en las organizaciones es fundamental, con el fin de seguir afianzando, lazos entre organización y colaboradores así desarrolla, la productividad en sus labores como colaborador y en generar un excelente clima laboral por parte de la organización.

La comunicación organizacional, es la base de un clima laboral idóneo, pues en los últimos tiempos las organizaciones con sus líderes de equipos y directivos han descubierto el beneficio que implica su gestión positiva porque esta gestión del flujo y rendimiento de la información puede ser un componente de éxito o fracaso en el ámbito organizacional.

Es de suma importancia medir las percepciones de los colaboradores sobre el clima laboral para mejorar continuamente los procesos organizacionales, contando con herramientas válidas y factibles para realizar mediciones del clima laboral para ayudar a crear mejoras en dicho clima obteniendo una comunicación veras, clara y bidireccional.

Por ello, la presente idea para desarrollar un plan de clima laboral enfocado a la comunicación organizacional interna para el Centro Médico Popular San Carlos hace referencia al descontento de los trabajadores que laboran en este centro médico, considerando la necesidad de creación de este plan, el cual no solo beneficiara a los colaboradores, sino que también a los resultados positivos de la organización.

Por tal motivo, el siguiente plan de clima laboral enfocado a la comunicación organizacional, pretende llegar a la raíz del problema y mostrar diversas alternativas para mejorar la comunicación organizacional. El plan abordará varios temas para comprender mejor el valor de encontrar una solución adecuada. El clima laboral ayudará productivamente a aplicar el mismo en la organización de una manera productiva.

Tema.

Plan de Clima Laboral Enfocado a la Comunicación Organizacional Interna para el Centro Médico Popular San Carlos

Planteamiento del Problema.

En el “Centro Médico Popular San Carlos” existe falta de comunicación entre colaboradores, líderes y directivos, de esta manera los colaboradores han demostrado tener un mal desarrollo en sus actividades laborales, no solo afectando a la organización tanto interna como externa poniendo en riesgo su carrera profesional y personal, al demostrar que los colaboradores se están desempeñando en un clima laboral negativo afectando directamente a la comunicación organizacional.

Formulación del Problema.

La deficiente comunicación organizacional interna a perjudicando al desarrollo laboral, su clima y motivación, dado por una inexistente preocupación administrativa en estos puntos, perjudicando la productividad de los colaboradores.

Figura 1

Análisis crítico del problema.



Fuente: Elaboración propia. (2023)

Idea a Defender.

Una estrategia en desarrollar un clima laboral gestionando equipos de trabajo eficientes y armónicos en base al manejo de la comunicación interna desde la digitalización, dirigida a eliminar las insuficiencias que se manifiestan en el comportamiento profesional de los colaboradores, en relación con las exigencias de su formación integral, comprenderá un modelo

de gestión de calidad del procesos, modernos tecnológicos de comunicación que se sustente en el clima y motivación laboral, haciéndolos parte de una manera directa de la estrategia organizacional, es por este motivo que se propone un plan de clima laboral enfocado a la comunicación organizacional interna.

Objetivos del Plan.

Objetivo General.

Desarrollar un plan de mejora del clima laboral enfocado a la Comunicación Organizacional Interna en el Centro Médico Popular San Carlos, ubicado en Quito Ecuador, en el barrio San Carlos, en la calle Hernando de Soto N61-33.

Objetivos Específicos.

- Sustentar de manera teórica el desarrollo de un plan de clima laboral enfocado a la comunicación organizacional interna, con base en fuentes bibliográficas.
- Diagnosticar la situación en la que se encuentra el “Centro Médico Popular San Carlos” por medio de una encuesta de pulso y FODA, determinando así las necesidades y dificultades existentes por los colaboradores.
- Diseñar un plan de clima laboral enfocado al manejo de la comunicación interna, desde la digitalización para el “Centro Médico San Carlos”

Justificación.

La iniciativa de desarrollar un plan de clima laboral enfocado en la comunicación organizacional interna al “Centro Médico Popular San Carlos”, es poder brindar una solución a esta problemática de clima y comunicación que se ha venido desarrollando entre los colaboradores.

El clima y la comunicación son elementos muy importantes en la interacción humana, pues el ser humano básicamente necesita relacionarse con otras personas para satisfacer sus necesidades de afecto y socialización, esto lo logra a través de diversas formas de comunicación, las cuales en este caso son deficientes, desencadenando en la baja productividad organizacional y su incidencia en el clima laboral.

Esta investigación requiere demostrar el impacto y conocimiento académico que se ha adquirido en la carrera Gestión del Talento Humano, sobre todo en la materia de Bienestar y Compensación en el Trabajo, en pro de la comunicación y el desarrollo organizacional, la comunicación debe ser concebida como una línea estratégica del aspecto integral profesional de los colaboradores, cuyos efectos son reflejados tanto en el clima como la motivación laboral, el estilo de liderazgo, la toma de decisiones, las relaciones de trabajo individuales y de equipo, definiendo los niveles de producción del desarrollo organizacional de la mano del recurso humano.

Se desarrollaran métodos prácticos en su aplicación, como de mejora, optimizando los procesos de comunicación bidireccional, feedback, capacitaciones, evaluaciones, herramientas tecnológicas que en esta era digital son más necesarias y optimas, otorgando retroalimentación efectiva en las sesiones, logrando que estos procesos se vuelvan parte de la cultura organizacional, volviéndolas más humanas, sin divisiones por cargos y áreas, de esta manera los métodos antiguos-tradicionales mejoraran o desaparecerán.

De esta forma se permite plasmar en la práctica, el conjunto de conocimientos que se ha ido recolectando para poder manejar con claridad, cómo se debe orientar la comunicación interna con los colaboradores y entre áreas, así también beneficiando la productividad laboral de la organización como de los colaboradores, alcanzando el desarrollo organizacional con excito, contemplando los cambios positivos en toda plenitud. De igual manera se podrá beneficiar a otra empresa que tenga deficiencias en el clima laboral y con la comunicación organizacional interna.

Tabla 1

Líneas y Sublíneas de investigación.

Línea de investigación	<ul style="list-style-type: none"> Mejorar y promover las oportunidades de empleo y las condiciones de trabajo de manera inclusiva.
Sublíneas de investigación	<ul style="list-style-type: none"> Crear oportunidades innovadoras de empleo en las condiciones dignas, mejorando los métodos de contratación con enfoque en la reducción de brechas de equidad en condiciones dignas y atención a grupos prioritarios, jóvenes, mujeres y personas LGBTI+. La comunicación organizacional es un elemento clave para el desarrollo personal-profesional, siendo la comunicación un derecho se enfoca en lo digno, garantizando el acceso a la información de manera activa y responsable, para desde allí generar dinámicas, procesos y condiciones laborales dignas.

Fuente: Plan de creación de oportunidades. (2020)

Tabla 2
Ejes del proyecto integrador.

	Materias integradoras.	Resultados de aprendizaje.
<p>Eje de formación.</p> <p>Integración de saberes, contexto y cultura.</p>	Bienestar y compensación en el trabajo.	<p>Reconoce y maneja las conceptualizaciones fundamentales de bienestar y compensaciones en el trabajo.</p> <p>Analiza un conjunto de técnicas e instrumentos conceptuales y prácticos básicos sobre bienestar y compensaciones en el trabajo, proporcionando ambientes de bienestar integral en el contexto socio laboral del personal en la organización.</p>
	Competencias laborales.	<p>Identifica y aplica principios, técnicas y métodos de la gestión por competencias en recursos humanos.</p>
		<p>Analiza los principios fundamentales que orientan la gestión del potencial humano en la empresa moderna y al desarrollo de las habilidades y capacidades.</p>
	Psicología Organizacional.	<p>Constituye los conocimientos de la conducta humana a las organizaciones, estudiando las habilidades y aptitudes requeridas por las organizaciones, expresando sensatez crítica sobre el clima laboral actual y como puede ser optimizado desde una adecuada gestión de la conducta humana, que valore la variedad de los individuos, promueva escenarios satisfactorios en el puesto de trabajo y evidencie una conducta ética organizacional.</p>
	Desarrollo Organizacional.	<p>Identifica y utiliza herramientas modernas de gestión del cambio organizacional, e implementa los principios y procesos para planificar, diseñar, dirigir y mantener el control sobre los modelos de gestión empresarial; e innovar, formular y desarrollar resoluciones de cambio y mejora organizacional para satisfacer las necesidades de la organización.</p>
	Liderazgo	<p>Conceptualiza la importancia del liderazgo en el entorno del emprendimiento, identificando y aplicando las diferentes teorías del liderazgo en el proceso del emprendimiento.</p> <p>Determina los diferentes tipos de liderazgo y el liderazgo de la gestión del Talento humano.</p>

Fuente: Carrera de Gestión de Talento Humano. (2023)

CAPITULO I

FUNDAMENTACIÓN TEORICA.

Marco Teórico.

Clima Laboral.

El clima laboral es el ambiente humano y físico en el que se desarrollan las actividades laborales cotidianas de los colaboradores dentro de una organización. Este clima influye de manera directa con la satisfacción de los mismos y con esto puede mejorar o empeorar la productividad organizacional, Según el ministerio de trabajo del Ecuador “El clima laboral es la percepción que tiene los servidores hacia su ambiente de trabajo y que afecta directa o indirectamente a su desempeño”. (Ministerio del Trabajo Ecuador., 2020)

Un clima laboral optimo tiene un impacto directo en el funcionamiento y la satisfacción de los colaboradores, si no es el adecuado, no podrán alcanzar su máximo potencial aun que desarrollen las habilidades del perfil de puesto.

Identificar y examinar el estado de satisfacción laboral ayuda a las organizaciones a identificar los componentes que afectan el logro de aquellos resultados deseados.

Factores que Intervienen en el Clima Laboral.

Liderazgo flexible: La habilidad de acoplarse a diferentes medios de trabajo permite un ambiente de trabajo efectivo que lleva a la organización a la obtención de objetivos.

Relaciones saludables: Debe haber respeto y buena comunicación para eso, estos dos aspectos influyen en el sentimiento general de la empresa y son percibidos por el cliente externo.

Autonomía: La libertad para las tareas conjuntas crea un clima laboral óptimo, dar certeza y confianza a los colaboradores en su trabajo agrega valor autónomo y de felicidad en el mismo.

Igualdad: Asegurar que todos los miembros de la organización sean tratados de manera justa para evitar injusticias y envidias entre ellos.

Espacios de trabajo óptimos: Ofrece al colaborador el espacio cómodo para realizar su trabajo, comenzando por una habitación limpia con buena iluminación, una buena distribución del espacio y contando con las herramientas para realizar sus actividades laborales.

Reconocimiento: En una organización, el reconocimiento del trabajo bien hecho motiva a los empleados a generar un espíritu competitivo.

Para implantar una estrategia en el clima laboral enfocado en la comunicación organizacional exitosa es fundamental producir un plan que es “una hoja de ruta donde se plasma la forma en la que una empresa va a comunicarse con su público y cuándo. Establecer claramente los objetivos de comunicación a alcanzar. Además, facilita un orden de las tareas y acciones que se realizarán” (Guijarro Valentin, 2020). Siempre relacionado con la cultura, valores y objetivos de la organización. Se encuentran dos tipos de plan de comunicación: Internos y externos.

Figura 2

Factores del clima laboral.



FACTORES DEL CLIMA LABORAL

Fuente: QuestionPro. (2023)

La importancia del clima laboral.

El clima laboral de una organización es muy importante porque es uno de los pilares para lograr objetivos organizacionales, encajar en los grupos de trabajo y crear sentido de pertenencia. Aunque la mayoría de veces es el más abandonado, de acuerdo con una investigación “Un clima laboral positivo hace que los empleados se sientan bien al ir a trabajar, esto proporciona la motivación necesaria para mantenerlos productivos y activos durante todo el día” (Moreno, 2023)

Beneficios de un clima laboral satisfactorio.

- Elevar la motivación laboral.
- Facilitar la comunicación entre miembros de la organización.
- Aumentar la productividad laboral.
- El trabajo en equipo se facilita.
- Brindar una excelente imagen organizacional.
- Atraer nuevo talento humano.

Un buen clima laboral es necesario para crear un ambiente eficiente y armónico, pero aun así no deben ser los únicos motivos para realizar mejoras al clima laboral, se debe profundizar en la comunicación que se lleva a cabo dentro de este clima ya que garantizando el clima y la comunicación en la organización se convierte en un entorno saludable, “En los hospitales es muy frecuente que los profesionales sanitarios se identifiquen más con su departamento o unidad antes que con el hospital. Básicamente, a través de esto se pierde la codificación al momento de hablar en pro a los beneficios o requerimientos del hospital” (Seisamed, 2019).

El clima y la comunicación interna debe ser dinámica multidireccional y debe estar al alcance de cada uno de los colaboradores en base a la tecnología, “Al tratarse de un centro de salud o bien un hospital, este tipo de comunicación podrá mejorar exponencialmente el desempeño del personal administrativo y médico” (Seisamed, 2019). Siendo el objetivo principal de este plan identificar las estrategias para presentar una propuesta de un plan de clima laboral enfocado en la comunicación organizacional, que fortalezca la motivación, clima, identidad y cultura del Centro Médico Popular San Carlos, para superar el problema antes expuesto.

Cada colaborador requiere la información operacional de su labor y la institucional para participar en las metas de la organización. Según un estudio completamente nuevo, "...Tener en cuenta las críticas de los empleados y facilitar los canales de comunicación interna entre empleados y los gerentes puede tener un efecto positivo. Aumenta el grado de compromiso, la motivación y el sentimiento de pertenencia a la entidad..." (Andrés, 2022).

Obstáculos de un clima laboral insatisfactorio.

- Mala comunicación.
- Liderazgo bajo o nulo.
- Falta de recompensas e incentivos (salarios emocionales)
- No existe preocupación por el bienestar de los colaboradores.
- Falta de motivación.

En primera instancia, se debe encontrar las problemáticas dentro del clima laboral que no dejan que se desarrolle la comunicación organizacional y así formular las tácticas, la cual depende definitivamente de la política de comunicación de la dirección general, de sus estrategias integrales llevadas a cabo en funcionalidad de las metas que se quieran conseguir, partiendo de que el colaborador es el primer cliente de la organización.

Teniendo clara la estrategia del plan, se debe reflejarlo con iniciativas reales que pongan en manifiesto que se está poniendo en práctica y que no son actividades netamente teóricas si no que se las deben plasmar en casos concretos, utilizando las herramientas como capacitaciones motivacionales, el salario emocional, feedback continuo, encuestas de pulso, evaluaciones no tradicionales que midan la efectividad de una verdadera comunicación bidireccional; sin dejar de lado las herramientas tecnológicas como: Redes sociales, canales internos informáticos, revistas digitales como impresas, creando nuevos canales de información que estimulen a los trabajadores.

Tipos de Clima Laboral.

Hay diferentes tipos de clima, pero hay 6 de los que se muestran continuamente en una organización para que pueda determinar cuál es su cultura y visión toda organización debería estar dentro de un clima de estos y así desarrollar un ambiente beneficioso para las dos partes.

Se debe trabajar para resolver problemas internos y cada elemento de estos tipos de clima debe garantizar un excelente clima laboral como una adecuada comunicación organizacional.

Figura 3

Tipos de clima laboral.



Fuente: QuestionPro. (2023)

Relación entre Factores positivos del Clima laboral y Claves de Motivación.

Los factores del clima laboral que inciden positivamente en los colaboradores van ligados a la motivación laboral, recordemos que el colaborador es un ser humano que desea cumplir expectativas laborales, personales, pero también necesita de impulsos positivos para lograrlo y si la organización descuida esta parte, se obtendrá un personal desmotivado, conformista y sin necesidad de pertenencia a la cultura organizacional.

En la actualidad ya no se puede enfocar el departamento de talento humano a cubrir necesidades básicas de estima para el colaborador, ahora se tiene que ser inclusivos con las diferentes preferencias que tienen los colaboradores, tomando en cuenta las generaciones que conforman las filas del talento humano y a que culturas, razas, preferencias sexuales, tienen estos

colaboradores, si la organización se focaliza en satisfacer con un salario emocional llamativo cubriendo estas nuevas necesidades con ayuda de las tecnologías y herramientas digitales, el colaborador tendrá sentido de pertenencia a la organización, se evitaría la fuga de cerebros el ausentismo laboral y será llamativo para las personas, obteniendo el beneficio de adquirir nuevos talentos sin necesidad de hacer campañas de reclutamiento, beneficiando a la organización desde lo económico hasta la salud de un clima laboral óptimo.

Tabla 3

Factores positivos y claves motivacionales

Factores positivos del clima laboral en las organizaciones.	Claves para lograr un excelente clima laboral por medio de la motivación.
Comunicación efectiva.	Gore Tex: Se basa en ser una organización que fomenta a los colaboradores la iniciativa en toma de decisiones; no hay cadenas de mando o canales de comunicación predefinidos, ya que interactúan directamente entre sí.
Comunicación digital.	Facebook, Tinypulse, SocialReacher: Son redes sociales, que dinamiza e informa al colaborador, sobre eventos de la organización pero también permiten tener un perfil e información interna de cada usuario.
Equilibrio vida-trabajo.	Diversión en el trabajo, reconocimiento de logros, salario emocional: Estos factores resaltan la parte humana de la organización en pro del colaborador haciéndolo más importante para la organización.
Necesidad de capacitar.	Ampliación de habilidades y conocimientos: Resulta motivadora desarrollar reuniones que hagan crecer el profesionalismo y conocimientos tanto laborales como personales del colaborador.
Trabajo en equipo.	Flexibilidad, desarrollo de creatividad: La toma de decisiones autónoma es muy importante para un equipo de trabajo ya que así superan metas y llegan al logro esperado de la mano de un líder.

Fuente: Elaboración propia. (2023)

Comunicación Organizacional.

La comunicación es una habilidad fundamental que puede afectar la forma en que las personas trabajan juntas de esta manera se comunican entre sí a través de cartas, correos electrónicos, llamadas telefónicas, mensajes de texto y plataformas virtuales; los líderes también

necesitan comunicarse con sus equipos para asegurarse de que todos entiendan los objetivos y procesos del centro médico, ayudando a trabajar hacia el mismo objetivo, que es clave para crear los productos que los clientes desean. Además, la comunicación ayuda a resolver problemas y evita que las disputas interpersonales afecten la productividad de la empresa.

El clima y la comunicación de una organización afecta la forma en que las personas trabajan juntas, cada colaborador tiene un papel en la forma en que la empresa se comunica entre sí, siendo un proceso en el que se envía y recibe información. Todos necesitan hablar el mismo idioma cuando trabajan juntos, además es importante tener objetivos claros al comunicarse pues las organizaciones pueden beneficiarse de una comunicación mejorada al potenciar la forma en que la abordan y la usan de manera efectiva.

Según un nuevo artículo “Aquellas comunicaciones que tienes en torno a los pormenores del trabajo. Saber cuándo y cómo comunicarse positivamente puede ayudar a minimizar la falta de comunicación, aumentar la felicidad del equipo, mejorar la participación y aumentar la confianza” (Martins, 2022)

Los colaboradores que trabajan juntos, necesitan entenderse entre sí y entender sus culturas, por este motivo es importante identificar los valores y objetivos compartidos antes de iniciar cualquier conversación o proceso, esto evita que ocurran confrontaciones durante las conversaciones que podrían dañar las relaciones y la productividad. También es importante tener una agenda al comunicarse con los demás, asegurándose de que todos tengan claro lo que se espera de ellos. Todos deben entender lo que los directivos quieren que hagan para que puedan desempeñar su función de manera eficiente.

Para que se de este entendimiento de culturas y haya la identificación de valores como objetivos se debe proporcionar la gestión de herramientas para una buena comunicación sea individual o en equipos como por ejemplo:

- Sesiones individuales de evaluación.
- Reuniones de equipo.
- Comunicación directa acerca del estado y progreso de sus funciones o de un proyecto.
- Comunicaciones no verbales, dinámicas.

Los cuatro tipos de Comunicación Organizacional.

El tipo de comunicación organizacional se selecciona de acuerdo con el flujo de comunicación adecuado para cada sector y modelo de negocio, teniendo en cuenta los objetivos y la composición de la organización.

Tabla 4

Tipos de comunicación organizacional.

Por su Enfoque	Por su Tono
Comunicación Externa: Hacia el cliente externo, entidades financieras y crédito.	Comunicación Formal: Canales corporativos, flujos institucionales, protocolos.
Comunicación Interna: Hacia el cliente interno (colaboradores) y mandos.	Comunicación Informal: Sin carácter oficial y espontánea.

Fuente: Elaboración propia. (2023)

Barreras de la Comunicación Organizacional.

Son aquellos problemas que dificultan el intercambio de información entre los miembros de una organización, siendo aquellos recursos que complican la transmisión de mensajes en el medio de una organización y conducen a malentendidos o malas interpretaciones.

Tabla 5

Barreras de comunicación.

Ambientales	Tecnológicas	Contextuales	Estratégicas	Interpersonales
Molestias por instalaciones, mobiliario, temperatura y distracciones.	Fallas de sistema, canales y plataformas de comunicación interna.	Dado por lugar y tiempo, en donde se desenvuelve la actividad laboral.	De los procesos, controles y medidas organizacionales	En las relaciones mutuas por falta de confianza, mal ambiente interno.

Fuente: Elaboración propia. (2023)

Los Componentes de la Comunicación Organizacional Interna.

Los componentes de la comunicación organizacional son esenciales para el cumplimiento de los procesos. Consiste de un emisor que envía la información, el mensaje a transmitir, el canal por el que se envía, un receptor o destinatario, el código para interpretar el mensaje y la retroalimentación.

Figura 4
Componentes de la comunicación organizacional.



Fuente: Elaboración propia. (2023)

También es necesario tener elementos para una adecuada comunicación bidireccional, hay algunos principios de comunicación claros que se puede aplicar independientemente del tipo de comunicación. Sobre todo la buena comunicación bidireccional y que sea efectiva:

Comunicación clara: La comunicación sea escrita, audio y visuales debe ser adecuada concisa y no complicada, para así recibir una respuesta al mensaje con claridad.

Resolver conflictos y no crearlos: La razón por la que se deben comunicar es para resolver problemas o facilitar una colaboración eficaz en proyectos y tareas, hay que asegurar siempre de que el objetivo sea mejorar la situación actual.

Producir una comunicación bidireccional: Cada situación comunicativa en el trabajo es un intercambio de información, incluso si la persona solo se comunica de forma no verbal, en el colaborador como en los directivos de las organizaciones, aspiran a cubrir necesidades tanto personales como profesionales, es por eso que la comunicación organizacional interna debe ser la adecuada porque así se podrán cubrir dichas necesidades planteando en este punto la necesidad y motivación de la comunicación interna del Centro Médico Popular San Carlos, según un estudio “Para Maslow, saber lo que las personas persiguen es el punto de partida. Un trabajador se sentirá motivado, en la medida en que la empresa implante políticas y prestaciones que le permitan cubrir sus necesidades” (Zapata, 2012)

Comunicación Organizacional Interna en Relación con la Jerarquía de las Necesidades Humanas.

Abraham Maslow creó una pirámide llamada Jerarquía de las Necesidades Humanas, siendo una teoría de la motivación humana, indicando que los individuos necesitan cubrir necesidades de forma progresiva partiendo de necesidades fisiológicas, pero también recalca que no todos los individuos dan el mismo valor a esas necesidades.

Lo que se propone generar con esta teoría, es brindarles a los colaboradores del centro médico, cubrir necesidades partiendo de una excelente comunicación en lo laboral, teniendo en cuenta que si se maneja de buena forma la comunicación organizacional se está manejando también un adecuado desempeño en los colaboradores con óptimos resultados en sus actividades laborales cubriendo sus aspiraciones salariales económicas y motivacionales, incentivando a cubrir más necesidades acorde a la superación personal y profesional de cada colaborador y del propio centro médico.

“Cuando la empresa da a sus trabajadores lo que necesitan y lo hace a partir de una política justa y generosa de acuerdo a sus posibilidades, atrae talento y consigue la ansiada motivación” (Zapata, 2012).

Si los colaboradores no están satisfaciendo sus necesidades porque la organización les es indiferente, pueden sentirse poco motivados y, como resultado, sus esfuerzos pueden verse minimizados.

Maslow se centra en las necesidades de los colaboradores, estas necesidades se las va a saber mediante encuestas o desde una comunicación interna, teniendo un sistema de motivación, porque al centro médico y a sus colaboradores les beneficiaría desempeñar sus funciones en un ambiente laboral con un sistema positivo motivacional.

Así como Maslow desarrollo la pirámide de las necesidades humanas y tomándola como referencia se puede plasmar y realizar una comparativa con una pirámide de jerarquía comunicativa con énfasis en las organizaciones.

El Centro Médico Popular San Carlos tiene que ser una organización que contemple un sistema vivo, eficaz que pueda ser auto-organizada, sensible en su trato pero también emergente, para que la intercomunicación sea fluida clara con mensajes que ayuden a solucionar problemas mas no ocasionarlos, dando paso a cubrir las necesidades de los colaboradores y si se cubren estas necesidades también se cubrirán las necesidades de la organización sosteniendo un bien común.

Siguiendo la teoría de la Jerarquía de Maslow se lograría mejorar con los colaboradores sus necesidades básicas como:

- Obtener un salario digno y acorde a las funciones desempeñadas, horario, condiciones laborales y flexibilidad, desde este momento la comunicación básica tiene que ser muy clara, teniendo cubierta las necesidades básicas.
- Se proporciona un lugar de trabajo seguro con un ambiente estable desarrollando una comunicación unidireccional, cubriendo así su necesidad de seguridad.
- El colaborador necesitara en este punto satisfacer sus necesidades de aceptación, desarrollando relaciones interpersonales que dentro de la organización son necesarias y a su vez efectivas, garantizando una comunicación bidireccional.
- Posteriormente el colaborador requiere desarrollar motivación y buscara nuevas relaciones que le permitan crecer dentro de su ámbito profesional buscando el

reconocimiento por su buen trabajo sintiéndose exitoso dentro del mismo, desarrollando una comunicación multidireccional.

- Finalmente su deseo de autorrealización lo involucra en toma de decisiones más importantes con resultados óptimos para que los directivos valoren su estado dentro del centro médico y lo puedan promover a un mejor puesto o rango de líder gestionando en este proceso la transparencia comunicacional.

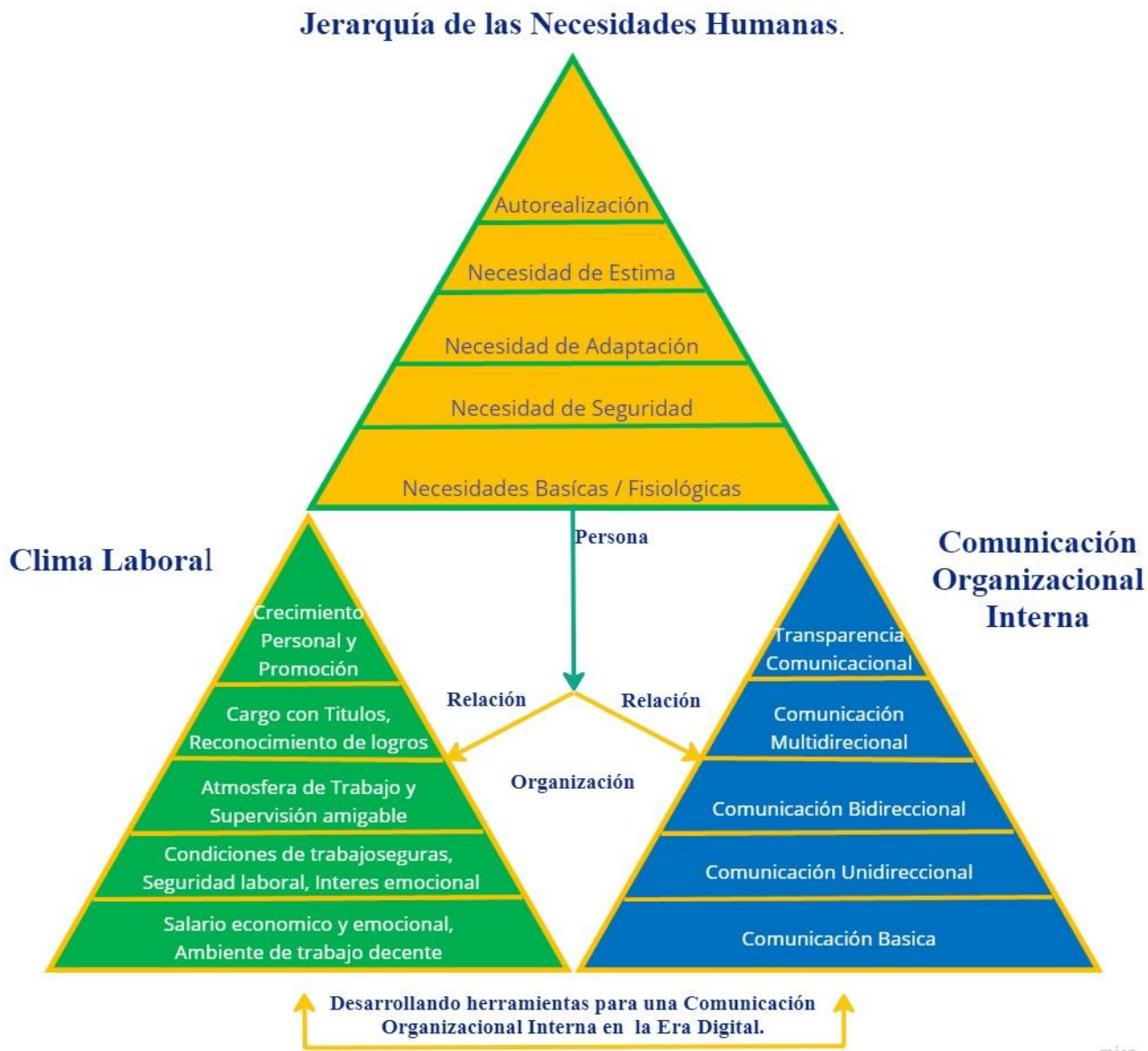
Establecer un sistema de necesidades ayudara a organizar mejor a la comunicación organizacional en el Centro Médico Popular San Carlos y alcanzar objetivos de una forma más directa y satisfactoria.

Para (Andrés, 2022) “La comunicación interna entre los trabajadores es la red sobre la que debe sustentarse la actividad de la empresa. Una organización que se comunica mal fracasará en sus tareas y objetivos, será un motor sin gasolina”. La clave del éxito de esta propuesta de proyecto en la comunicación interna para el Centro Medico Popular San Carlos reside en tener una adecuada planificación estratégica basándose en la buena comunicación bidireccional, el clima y motivación laboral, para los colaboradores y su productividad.

Si se realiza una comparativa entre la pirámide de necedades humanas, el clima y la comunicación se observa el objetivo que la comunicación organizacional al contribuir a agilizar todas las tácticas y campañas externas e internas que produce el equipo.

Con una comunicación eficiente se ayuda a los grupos de atención al cliente, servicios generales, marketing y obviamente a talento humano, combinando esfuerzos para lograr objetivos específicos en cada área de la mano de la tecnología que desde la pandemia del COVID19 se ha venido desarrollando para poder dar calidad de vida profesional a los colaboradores, el mundo se ha digitalizado de tal manera que las herramientas tradicionales son obsoletas, permitiendo tener una gama de oportunidades para cubrir las necesidades organizacionales y del colaborador con un solo clic.

Figura 5
Comparativa de jerarquías necesidades humanas vs clima laboral y comunicación organizacional.



Fuente: Elaboración propia. (2023)

Comunicación Digital.

La comunicación digital es el intercambio de información y comprensión utilizando instrumentos digitales accesibles que se ponen a nuestra disposición a través de la investigación, y el desarrollo tecnológico, “la comunicación digital resulta un ecosistema para funcionar requiere de una coordinada simbiosis entre estas y las personas que participan en el intercambio

de información, pero además sus códigos y contextos, en constante cambio, particularmente en las generaciones más jóvenes” (ILIFEBELT TIMES, 2022)

La comunicación digital es fundamental para el éxito de cualquier información, hoy en día esto permite a las organizaciones llegar a una audiencia más grande y así aumentar significativamente su alcance. Además, la comunicación digital brinda a las organizaciones la posibilidad de interactuar con sus clientes externos en tiempo real, lo que permite una mejor comprensión de sus necesidades y preferencias.

Herramientas de Comunicación digital.

Medios digitales organizacionales propios: Blogs, página web, redes sociales. Permitiendo llegar a los colaboradores de manera más directa generando una comunidad digital enfocada en las necesidades personales.

Plataformas de gestión de comunicación para el departamento de talento humano: Google Alerts-Analytics, Hootsuite, Hubspot, Mentionmap. Son plataformas que permiten a los encargados líderes y talento humano, monitorear ubicaciones, gestionar comunicación rápida y eficaz, pero también permite tener una relación más privada y personal, porque el colaborador puede dar su opinión de manera pública o anónima como puede observar su estado dentro de la organización (rol de pagos, días libres, horas extras, etc.)

Plataformas para gestionar proyectos: Asana, Slack. Siendo plataformas que permite al colaborador agendar y organizar sus proyectos individuales o en equipo, como sus tareas personales, monitoreando su avance y sus resultados.

Plataformas y herramientas para talento humano: Sage, Meta4. Permiten gestionar los procesos de nómina, selección de personal, y para gestionar inducciones, capacitaciones o reuniones 360° se recurre a; edX, Moodle, Dokeos, ATutor.

Medios de Comunicación Organizacional Interna.

La comunicación digital ya no es una opción, ya es una parte esencial para cada una de las organizaciones. Por eso es importante que se mantenga al día con las tendencias que pueden ayudar a maximizar el rendimiento de la organización.

Figura 6

Medios y canales para la comunicación interna corporativa.



Fuente: EAE Business School. (2021)

Manejo de la Situación Interna de la Comunicación Digital.

Tomando en cuenta el clima laboral, la comunicación organizacional interna todos sus factores y el enfoque en una comunicación digital que es necesaria, para los fines de cualquier organización y más aún si se quiere desarrollar y diseñar soluciones para los conflictos que se

desarrollan por falta de una adecuada comunicación interna en el “Centro Médico Popular San Carlos” se propondrá un manejo de comunicación digital por parte de una aplicación Steeple que permite a los colaboradores mejorar la comunicación sin dejar de lado ningún perfil de colaborador que este en la nómina del centro médico y que brindara:

- Accesibilidad a todos los colaboradores incluso los que realizan actividades que no permitan conectarse a internet.
- Es una herramienta de mejora de ambiente, fidelizando y motivando al talento humano.
- Digitaliza el blog de noticias, anuncios.
- Se adapta al centro médico protegiendo datos, siendo una solución para los temas que deben ser tratados con bajo perfil entre áreas.

Figura 7

Software App steeple para el “Centro Médico Popular San Carlos”



Fuente: App Steeple. (2023)

Al tener clara la táctica y organización de los puntos centrales de la comunicación organizacional interna, al implementar el manejo de la App, esto debe reflejarse con tareas reales que demuestren que se pone en práctica y que no son tareas realmente teóricas para el personal del centro médico o de la empresa que lo crea necesario usarla. En otras palabras, las búsquedas innovadoras de las tácticas de comunicación interna deben reflejarse en casos concretos, como de resultados positivos para beneficio de los colaboradores y de la organización.

Este canal de comunicación interno plasma de forma amigable la información actualizada sobre la organización, llegando a los colaboradores de forma dinámica, pero con conciencia de responsabilidad de una comunicación asertiva y afectiva al mismo tiempo.

Es así que de esta manera se maneja la situación de la comunicación digital interna como un plan de 10 ideas.

Tabla 6

10 Ideas de comunicación interna

Destacar la marca empleadora.	Fomentar la colaboración.	Manejo de grupos esenciales.	Animar las conversaciones multidireccionales.	Integración y mejora de la gamificación.
Desarrollar experiencias poderosas.	Descubrir los beneficios de la App Steeple	Sacar provecho de las redes sociales.	Perdida del monopolio interno de los medios.	Comunicar por los cambios organizacionales.

Fuente: Elaboración propia. (2023)

La comunicación organizacional interna que se da entre colaboradores es una red en la que se debe mantener la actividad de la organización y si esta se comunica de mala manera fracasara en sus procesos y objetivos, se lo relacionaría como a un motor sin combustible.

La clave del éxito del clima y comunicación organizacional interna del centro médico, reside en crear un plan estratégico comunicacional, que funcionara a base de la dedicación como de la atención para cumplir con lo previamente acordado. Sin control, medición y políticas comunicacionales unificadas que se alimenten constantemente no será factible una comunicación interna buena.

Marco Conceptual.

- **Clima Laboral:** A si se le conoce al ambiente que se desarrolla entre los colaboradores en una organización, la calidad del clima laboral que influye de manera directa con la satisfacción de los colaboradores y con ello optimizando de forma notable la productividad.
- **Comunicación:** Es la acción consciente de intercambiar información entre 2 o más individuos con el objeto de transmitir o recibir información u opiniones diversas.
- **Organizacional:** Hace referencia a todos los fenómenos, personas o situaciones en conexión con una organización en particular.
- **Comunicación Organizacional:** Se define como los canales y formas de comunicación que se crean en las organizaciones o empresas, incluyendo tanto la comunicación dentro de la organización como la comunicación externa, enfocándose en el trabajo de colaboración e interacción con todos los miembros.
- **Comunicación Bidireccional:** “En este tipo de comunicación, no es necesario que los roles del emisor y receptor se mantengan en una única posición. Los roles pueden intercambiarse. Ambos pueden ser oyentes y al mismo tiempo expresar sus opiniones, ideas o sentimientos” (Redaccion Todo Sobre Comunicación, 2020)
- **Análisis ocupacional:** Acción de detectar las ocupaciones y componentes técnicos que conforman una ocupación. Este proceso es más que la investigación de puestos y comprende la descripción integral de las funciones dentro del entorno de la organización, fuera del ámbito del puesto de trabajo.
- **Motivación Laboral:** Se refiere a la voluntad y deseo que tiene un colaborador para esforzarse en sus funciones como en el área profesional. En psicología, se define como un conjunto de fuerzas energéticas que emanan de personas asociadas con el entorno laboral, cultural, social y organizacional.
- **Comportamiento Organizacional:** Interpreta y analiza a los colaboradores dentro de la organización, encontrando las causas de su comportamiento y su consecuencia en el clima como en el desempeño dentro de la organización, buscando acciones y mejoras para el bien común colaborador-organización.

- **Desarrollo Organizacional:** Son los procesos y métodos puestos en marcha para maximizar el potencial humano, desempeñándose en la organización como transporte para ajustarse a los desafíos externos, teniendo como objetivo principal el avance y crecimiento de los colaboradores junto a sus directivos quienes deben apoyarlos en su camino integral y profesional.
- **Participación Activa:** Motivar a los colaboradores y sus directivos con los procesos de la organización, en cooperación como en confianza, obteniendo una comunicación constante, motivada, dirigida al clima y cultura organizacional dando paso a la toma de decisiones en conjunto, en pro a los beneficios integrales y organizacionales.
- **Análisis funcional:** Establece una técnica deductiva utilizada para identificar la capacidad de trabajo, parte de ello métodos existentes y sus métodos. Comparar resultados y habilidades, conocimientos y aptitudes.
- **Aptitud:** Destrezas, habilidades y capacidades que demuestra un colaborador en el desarrollo de sus actividades.
- **Autoridad Organizacional:** Grados y niveles de libertad de acción, transmitida de la organización a los colaboradores; el derecho y la responsabilidad de tomar decisiones.
- **Planificación:** Proceso sistemático y racional que organiza, prevé usando recursos para el logro de metas, objetivos en un espacio y tiempo predeterminados.
- **Comunicación Interna:** “Acciones comunicativas entre la organización y sus miembros, y entre ellos mismos, a favor de las buenas relaciones (interacciones rentables para la organización) a través de medios específicos para ello”
(Comunicación Organizacional, 2009)
- **Cultura Organizacional:** Relación directa entre los aspectos que rodean a los empleados y los diversos beneficios que les ofrece la organización.
- **Administración del Recurso Humano:** Consiste en la planificación, organización, coordinación y control de técnicas que son capaces de promover el desempeño eficiente de los colaboradores.
- **Capacidades Organizacionales:** Conjuntos de habilidades y aprendizajes colectivos que aseguran la ejecución de los procesos organizacionales. Estas capacidades deben ser enfocadas y administradas dentro de un perfil de puestos en donde el colaborador

manejara con sus habilidades y destrezas su puesto de trabajo, que será demostrado ante los directivos y considerado en su evaluación de desempeño

- **Estrategia:** Un conjunto de acciones que orienta hacia la visión organizacional. La estrategia es guiada por los líderes, gerentes, directivos en si quienes van a dirigir equipos de trabajo para un resultado en base a objetivos.
- **Equilibrio Organizacional:** Los triunfos de una organización en cuanto a premiar a sus colaboradores con incentivos suficientes que los motiven a seguir contribuyendo a la organización para asegurar su continuidad y eficacia.

Marco Legal.

Constitución de la Republica.

Art.16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008).

Art.18.- Todos los individuos, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008).

Art.20.- El Estado garantizará la cláusula de conciencia a toda persona, y el secreto profesional y la reserva de la fuente a quienes informen, emitan sus opiniones a través de los medios u otras formas de comunicación, o laboren en cualquier actividad de comunicación (Asamblea Nacional del Ecuador, 2008).

Según el Código de Trabajo.

Art.42. Obligaciones del empleador.- Son obligaciones del empleador: Tratar a los trabajadores con la debida consideración, no infiriéndoles maltratos de palabra o de obra (Congreso Nacional, 2012).

Norma Internacional ISO 45001.

En la sección 7 Apoyo. Inciso 7.4 Comunicación: La organización debe establecer, implementar y mantener los procesos necesarios para las comunicaciones internas y externas pertinentes al sistema de gestión de la SST, incluyendo la determinación de: Que comunicar; cuando comunicar; a quien comunicar y cómo comunicar (ISO, 2018).

CAPITULO II

DIAGNOSTICO SITUACIONAL.

Marco Temporo Espacial.

Tiempo.

El plan tendrá una delimitación temporal de 24 meses 2 años; el primer año para la ejecución y el segundo año para la retroalimentación.

Localización.

El plan se dará a cabo en el Centro Médico Popular San Carlos.

Provincia: Pichincha.

Ciudad: Quito.

Cantón: Quito.

Sector: Norte.

Barrio: San Carlos.

Calle: Hernando de Soto N61-33.

Lugar de referencia: Edificio amarillo de 4 pisos.

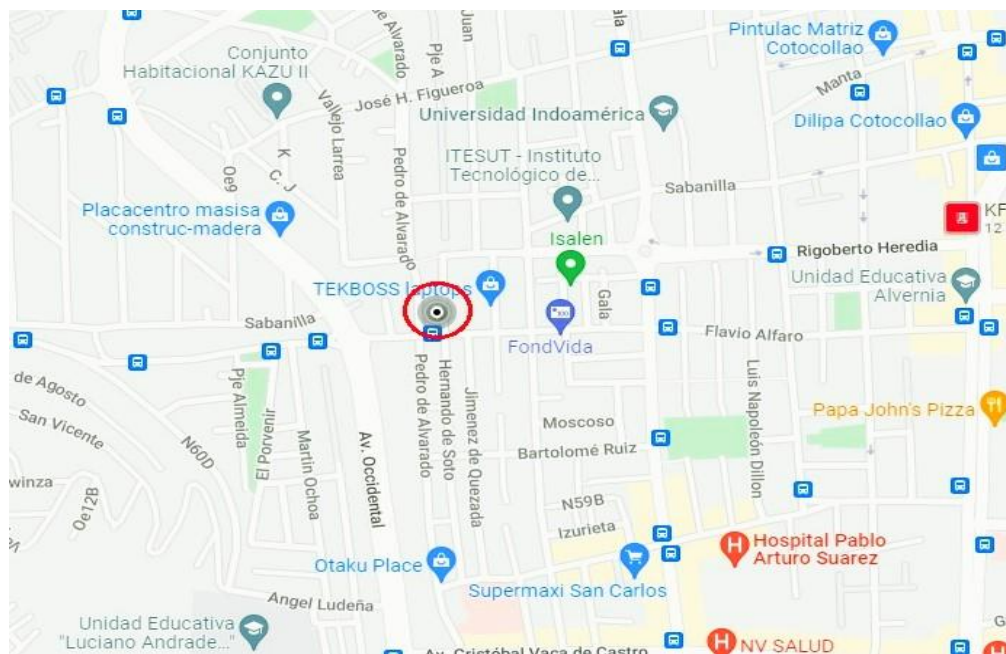
Nombre del edificio: Centro Medico Popular San Carlos.

Macro Localización.

El Centro Medico Popular San Carlos se encuentra ubicado en el sector norte de la ciudad de Quito, barrio San Carlos, delimitando con los barrios de Cotocollao, la Florida y barrios altos de la Av. Occidental.

Figura 8

Macro localización del sector.



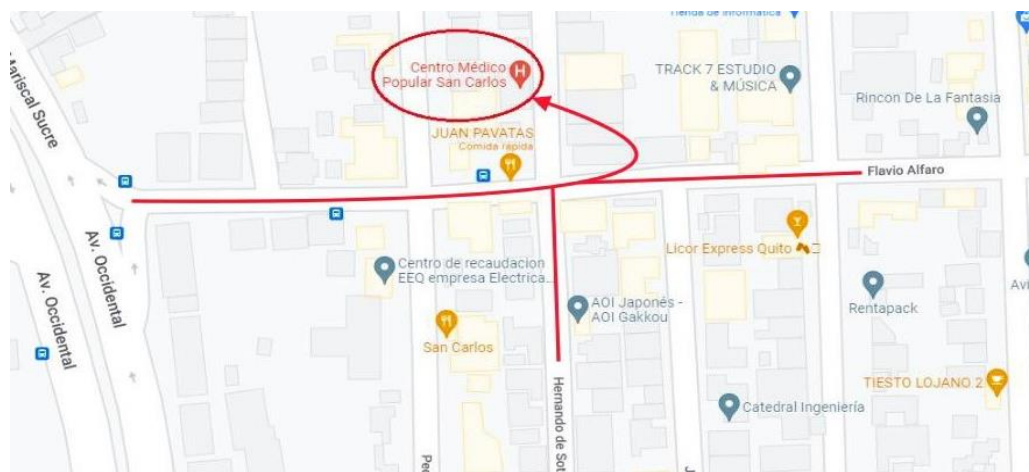
Fuente: Google Maps. (2023)

Micro Localización.

El Centro Medico Popular San Carlos se encuentra ubicado en las calles, Flavio Alfaro y Hernando de Soto N61-33, el lugar es un edificio de color amarillo de 4 pisos con el nombre del mismo centro médico.

Figura 9

Micro localización del sector.



Fuente: Google Maps. (2023)

Figura 10
Establecimiento.



Fuente: Elaboración propia. (2023)

Marco Institucional.

Historial.

El Centro Médico Popular San Carlos, institución privada, con sede en la ciudad de Quito, provincia de Pichincha y constituida por un solo médico inversor, fue fundada en el año 1987 y con sus 35 años de servicio en sus inicios, se posesiono como el primer Policlínico popular del sector norte de la capital quiteña, integrado solo por un consultorio en medicina general que era atendido por su médico director el Dr. Juan Calderón.

Con el paso de los años el Policlínico Popular San Carlos y su gran acogida no solo por los precios económicos si no por su buen trato al cliente, se tuvo que integrar una enfermera, un laboratorista y un odontólogo, en el año 2008 cambio su nombre a Centro Medico Popular San Carlos, permitiendo realizar prácticas médicas, de más alto nivel en su complejidad como en especialidades, destacándose más por el servicio de obstetricia y partos, en nuevas instalaciones optimas con tecnología que vaya de la mano con la formación profesional de los médicos que integran la organización.

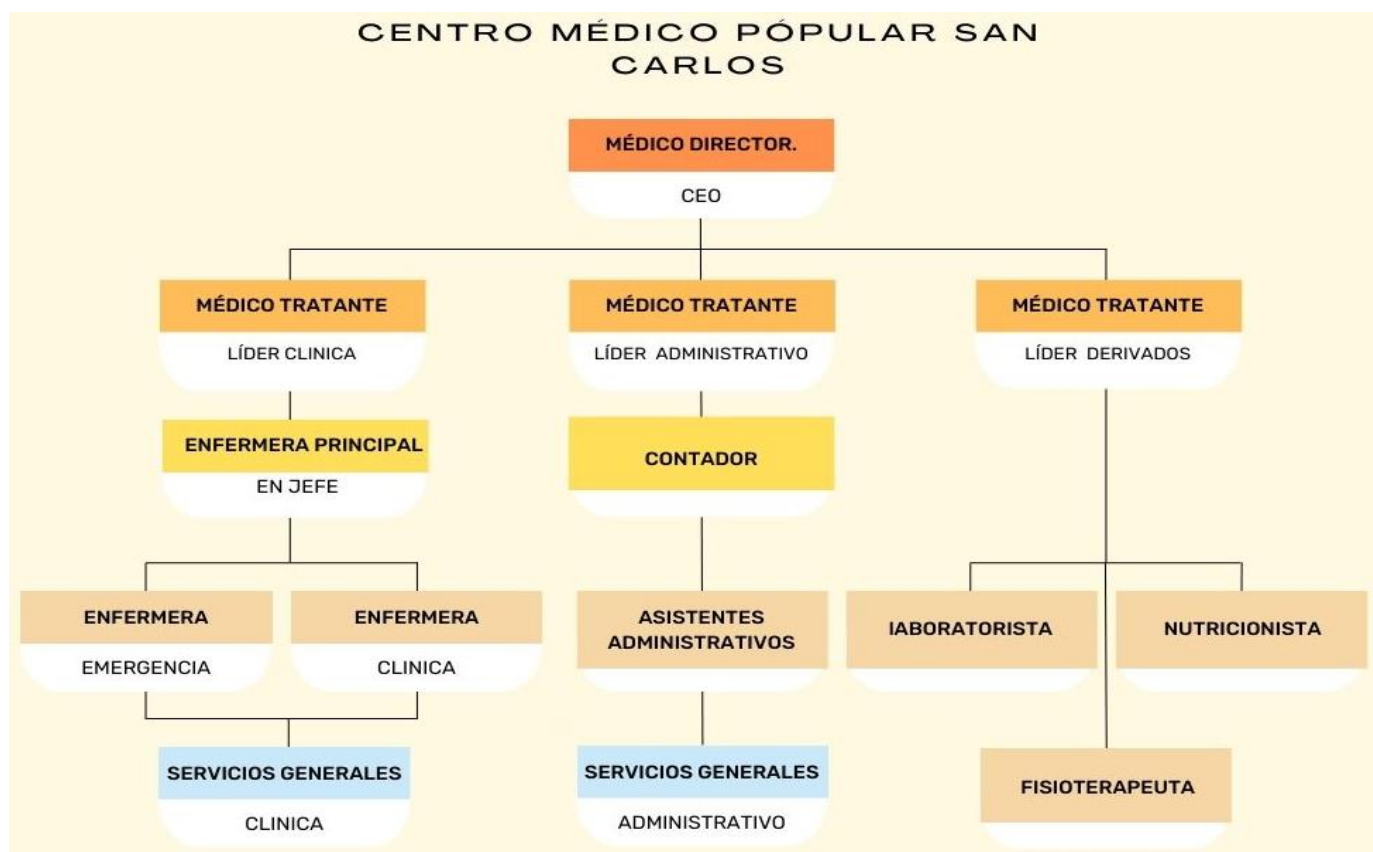
En ese tiempo desde su fundación se fueron formando nuevos médicos hijos del médico fundador que en la actualidad son parte del centro médico cada uno con su especialidad y dando ideas creativas como nuevas propuestas para que el centro médico pueda en un futuro llegar hacer una organización más grande, pues ahora está conformada por:

1 Médico director, 3 Médicos tratantes, 3 Enfermeras, 1 Laboratoristas, 1 Nutricionista, 1 Fisioterapeuta, 3 Colaboradores administrativos, 2 Colaboradores servicios generales.

La organización brinda el servicio de salud a un nivel privado pero con precios populares como función social; conformando un grupo de 3 médicos como directorio del centro médico.

Es así que el Centro Médico Popular San Carlos, se ha posicionado durante 35 años con una cultura familiar que es próspera y que con las nuevas generaciones se renueva cada día más para un mejor servicio al cliente externo como interno.

Figura 11
Organigrama.



Fuente: Centro Medico Popular San Carlos. (2023)

Logotipo.

Imagen que responde a la necesidad de una tipografía clara y neutra, desprovista de significado en su forma, que se pueda aplicar fácilmente a los documentos oficiales.

El logo contiene el nombre del centro médico, contiene un corazón y símbolo de salud haciendo referencia al ejercicio médico, expresando la disposición de prestar atención a la comunidad y a quien lo necesite.

Figura 12*Logotipo*

Fuente: Centro Medico Popular San Carlos. (2023)

Eslogan.

El eslogan es una frase corta destinada a representar la marca del centro médico, para fomentar la identificación y memorización rápida, infundiendo confianza tanto en los pacientes que regresan como en los futuros usuarios.

Figura 13*Eslogan*

Crea Salud

**"Tú salud es
nuestro bienestar"**

Fuente: Centro Medico Popular San Carlos. (2023)

Principios.

Sus principios rectores están dictados por su propia identidad profesional, lo que marcan su diferencia y su originalidad.

Servicio: Actitud de ayuda, de compartir, de calidez, de alerta para identificar y responder a las necesidades de las personas en contextos físicos, morales, espirituales y sociales con espíritu de gran gratificación.

Seguridad: Prevenir y/o minimizar el riesgo de eventos adversos a la salud, accidentes de trabajo, emergencias internas y/o externas y otros eventos que afecten a las personas, procesos, imágenes, infraestructura, tecnología, recursos, ambiente de trabajo y medio ambiente.

Liderazgo: Se espera que la cultura de liderazgo guíe a los equipos de trabajo en los distintos niveles gerenciales. Implica la capacidad de liderar a otros para lograr resultados.

Misión.

Son un Centro Medico Popular que brinda atención eficiente y de calidad con profesionales altamente calificados y tecnología de punta dedicada a satisfacer las necesidades de sus clientes.

Visión.

Ser reconocidos por sus servicios médicos, que siempre brindan tecnología de punta y capacitación continua de su infraestructura para garantizar calidad, seguridad y eficiencia a sus clientes.

Valores.

Los valores van de la mano con la su visión y misión que representan lo que los colaboradores del Centro Médico Popular San Carlos, deben tener y desarrollar en su desempeño diario.

Responsabilidad: Normas éticas y morales que rigen el comportamiento humano. Capacidad de respuesta, oportunidad, seriedad, discreción en el trato de los requerimientos y conciencia de las consecuencias del cumplimiento o incumplimiento de lo que se le ha encomendado.

Solidaridad: Un sentido de compasión y empatía que lleva a conectarse con la realidad de la otra persona y comprender y responder a sus necesidades.

Honestidad: Una cualidad humana consistente en actuar y expresarse con coherencia e integridad, de acuerdo con los valores de la verdad y la justicia.

Respeto: Reconoce la dignidad y autonomía de cada ser humano y acepta sus diferentes derechos.

Marco Metodológico.

Técnicas e Instrumento Básicos de Recolección de Información.

Observación.: Es una técnica que se basa en observar atentamente el hecho, fenómeno o caso que toma información y la registra para su siguiente estudio. La observación es un elemento fundamental del proceso investigativo. Los investigadores confían en el para obtener la mayor parte de sus datos.

Tipo de Observación.

Directa: Es un método que recoge datos que se caracterizan básicamente en observar el sujeto u objeto de estudio en un entorno particular. Esto se realiza sin necesidad de alterar o intervenir en el campo que se está desarrollando el objeto, caso contrario los datos obtenidos no serán válidos.

Métodos de Investigación.

Demostrar la necesidad de desarrollar una investigación, mediante el conjunto de técnicas y procedimientos que se emplean para resolver el problema planteado que se encuentra en el Plan de Clima Laboral Enfocado a la Comunicación Organizacional en el Centro Médico Popular San Carlos.

FODA.

El Análisis FODA (DAFO) permite identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de un proyecto específico. Con esta herramienta, el equipo puede planificar estratégicamente y resolver problemas que puedan o estén suscitando dentro de la organización.

Población.

En este proyecto la población es de 15 individuos, colaboradores que forman parte del Centro Médico Popular San Carlos

Encuesta.

La encuesta es una técnica que se desarrolla por medio de la aplicación de un cuestionario a una población o muestra de individuos. Las encuestas otorgan información acerca de las opiniones, reacciones y comportamientos de los individuos.

Utilizando un cuestionario de medición de pulso que nos podrá arrojar valiosa información, sobre la fortaleza organizacional en el ámbito de la comunicación interna del centro médico.

La encuesta utilizada en este proyecto será con preguntas abiertas y cerradas para conocer sus opiniones, hábitos, actitudes, etc. Encuestas breves, online, basadas en clasificaciones con diferentes alternativas.

Población.

En este proyecto la población es de 5 individuos, líderes de área que forman parte del Centro Médico Popular San Carlos.

Presentación de los resultados e informes.***Aplicación, Resultados y Análisis.***

FODA.- Requiriendo un análisis completo de la capacidad y criterio de los colaboradores para desarrollarse frente a la problemática de la comunicación dentro del centro médico, se utilizara la técnica del FODA, aplicándolo a los 15 colaboradores que son parte del Centro Médico Popular San Carlos.

Tratándose en su estructura de un saludo e introducción del porqué de esta actividad, seguido de unas hojas que contendrán 4 segmentos dividido en fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas pidiendo plasmar en dicha hoja una variable de cada sector.

Realizado a 15 colaboradores del Centro Médico Popular San Carlos, con el fin de obtener información para encontrar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas en la comunicación organizacional interna del mismo; amasadas las 15 opiniones de los colaboradores

por cada sector se procede a realizar: Cuadro de Variantes (6 variables de cada sector), cuadros de Priorizaciones, matriz de cruce para estrategias de sostenimiento o mejoramiento y finalmente las conclusiones del análisis.

FODA: Dirigido a colaboradores del Centro Médico Popular San Carlos.

Tabla 7
Variantes FODA.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>F1 Compañerismo, existe disposición para solucionar conflictos.</p> <p>F2 Mejor comunicación entre líderes.</p> <p>F3 Buenas relaciones sociales, con su comunidad y sector.</p> <p>F4 Cuenta con infraestructura y movilización propia.</p> <p>F5 Existe seguridad, respeto y admiración mutua.</p> <p>F6 Organización pequeña/trato más personal.</p>	<p>D1 La confianza y unión vs. La autoridad.</p> <p>D2 Poca confidencialidad de la información.</p> <p>D3 Escasos medios y canales de comunicación interna.</p> <p>D4 Poca comunicación entre departamentos.</p> <p>D5 Inexistente protocolo y lineamientos de comunicación (filtros escritos donde y que hablo).</p> <p>D6 Falta de identidad y cultura corporativa del colaborador.</p>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>O1 Mejorar la comunicación organizacional interna.</p> <p>O2 Reforzar los vínculos de confianza.</p> <p>O3 Crear canales de comunicación.</p> <p>O4 Crecimiento profesional.</p> <p>O5 Reuniones de equipos y generales de calidad. (logros y seguimientos)</p> <p>O6 Realizar más actividades recreativas.</p>	<p>A1 Chismes y rumores.</p> <p>A2 Baja productividad del personal.</p> <p>A3 Que ocurra algún accidente laboral.</p> <p>A4 Mala imagen ante los clientes externos.</p> <p>A5 Incidentes legales.</p> <p>A6 Pérdida de la unión laboral por problemas de confianza.</p>

Fuente: Elaboración propia. (2023)

Priorizaciones.

Tabla 8

Cuadro de priorización de las amenazas.

AMENAZAS	1.- Chismes y rumores.	2.- Baja productividad del personal.	3.- Que ocurra algún accidente laboral.	4.- Mala imagen ante los clientes externos.	5.- Incidentes legales.	6.- Pérdida de la unión laboral por problemas de confianza.	POSITIVOS	PUESTO
1.- Chismes y rumores.		+	-	-	-	-	1	0
2.- Baja productividad del personal.	-		-	+	-	+	2	3
3.- Que ocurra algún accidente laboral.	+	+		+	-	-	3	2
4.- Mala imagen ante los clientes externos.	+	-	-		-	+	2	-
5.- Incidentes legales.	+	+	+	+		+	5	1
6.- Pérdida de la unión laboral por problemas de confianza.	+	-	+	-	-		2	-

Fuente: Elaboración propia. (2023)

Tabla 9
Cuadro de priorización de las debilidades.

DEBILIDADES	1.- La confianza y unión vs la autoridad.	2.- Poca confidencialidad de la información.	3.- Escasos medios y canales de comunicación interna.	4.- Poca comunicación entre departamentos.	5.- Inexistente protocolo y lineamientos de comunicación (filtros escritos donde y quien hablo).	6.- Falta de identidad y cultura corporativa del colaborador.	POSITIVOS	PUESTO
1.- La confianza y unión vs la autoridad.		+	-	-	-	+	2	3
2.- Poca confidencialidad de la información.	-		+	-	-	+	2	-
3.- Escasos medios y canales de comunicación interna.	+	-		+	+	+	4	1
4.- Poca comunicación entre departamentos.	+	+	-		-	-	2	-
5.- Inexistente protocolo y lineamientos de comunicación (filtros escritos donde y quien hablo).	+	+	-	+		+	4	2
6.- Falta de identidad y cultura corporativa del colaborador.	-	-	-	+	-		1	0

Fuente: Elaboración propia. (2023)

Tabla 10
Cuadro de priorización de las fortalezas.

FORTALEZAS	1.- Compañerismo, existe disposición para solucionar conflictos.	2.- Mejor comunicación entre líderes.	3.- Buenas relaciones sociales, con su comunidad y sector.	4.- Cuenta con infraestructura y movilización propia.	5.- Existe seguridad, respeto y admiración mutua.	6.- Organización pequeña/trato más personal.	POSITIVOS	PUESTO
1.- Compañerismo, existe disposición para solucionar conflictos.		+	+	-	+	-	3	2
2.- Mejor comunicación entre líderes.	-		+	+	-	-	2	3
3.- Buenas relaciones sociales, con su comunidad y sector.	-	-		-	-	-	0	0
4.- Cuenta con infraestructura y movilización propia.	+	-	+		+	-	3	-
5.- Existe seguridad, respeto y admiración mutua.	-	+	+	-		-	2	-
6.- Organización pequeña/trato más personal.	+	+	+	+	+		5	1



Fuente: Elaboración propia. (2023)

Tabla 11
Cuadro de priorización de las oportunidades.

OPORTUNIDADES	1.- Mejorar la comunicación organizacional interna.	2.- Reforzar los vínculos de confianza.	3.- Crear canales digitales de comunicación.	4.- Crecimiento profesional.	5.- Reuniones de equipos y generales de calidad (logros y seguimientos).	6.- Realizar más actividades recreativas.	POSITIVOS	PUESTO
1.- Mejorar la comunicación organizacional interna.		+	-	+	+	+	4	1
2.- Reforzar los vínculos de confianza.	-		+	+	+	-	3	2
3.- Crear canales digitales de comunicación.	+	-		+	-	-	2	3
4.- Crecimiento profesional.	-	-	-		+	+	2	-
5.- Reuniones de equipos y generales de calidad (logros y seguimientos).	-	-	+	-		+	2	-
6.- Realizar más actividades recreativas.	-	+	+	-	-		2	-

Fuente: Elaboración propia. (2023)

Tabla 12
Matriz de cruce para estrategias de sostenimiento o mejoramiento.

INTERNAS 	FORTALEZAS +	DEBILIDADES -
EXTERNAS 	F1. Organización pequeña/trato más personal.	D1. Escasos medios y canales de comunicación interna.
	F2. Compañerismo, existe disposición para solucionar conflictos.	D2. Inexistente protocolo y lineamientos de comunicación (filtros escritos donde y quien hablo).
	F3. Mejor comunicación entre líderes.	D3. La confianza y unión vs la autoridad.
OPORTUNIDADES +	FO (+ +) sostenimiento	DO (- +) mejoramiento
O1. Mejorar la comunicación organizacional interna.	F1-O3. Al ser una organización pequeña deberían crear canales directos y personales como: Chats internos, reuniones grupales e individuales, emails y eventos sociales. Facilitando la mejora de resultados organizacionales. F3-01. Los líderes de equipo al tener una excelente comunicación entre sí tendrán que llamar a una reunión periódica a su equipo, mejorando la comunicación y optimizando ideas de las diferentes funciones. F2-02. Potenciar el compañerismo y su iniciativa a la solución de conflictos, con reconocimientos y premiaciones, fomentando los vínculos de confianza, motivando las relaciones interpersonales del equipo.	D1-O3. Los canales deben ser bidireccionales participativos, inclusivos y consensuados para que los colaboradores demuestren la validación de estos y su interés por mejorar con estas herramientas (reuniones, electrónicos.) D2-O1. Aplicar procedimientos de confiabilidad en documentos como fichas físicas, confirmaciones por mail, siendo un proceso rápido y fácil, que involucre a las partes que se comunican en ese momento, mejorando la comunicación interna. D3-O2. Mediante las reuniones individuales, feedback, entre colaborador y líder se debe mejorar la confianza entre las partes reforzando vínculos con respeto, pero mejorando la brecha entre subalterno y autoridad.
O2. Reforzar los vínculos de confianza.		
O3. Crear canales digitales de comunicación.		
AMENAZAS -	FA (+ -) mejoramiento	DA (- -) anularlas
A1. Incidentes legales.	F1-A3. Establecer un flujo de información y comunicación interna es esencial, así se optimizan e impulsan las fortalezas del colaborador obteniendo recompensas positivas y que lo motiven. F2-A2. Organizar charlas activas sobre la salud y seguridad laboral enfatizando en las acciones buenas, retos superados, toma de control y en una comunicación clara para que no ocurra ningún accidente físico como administrativo. F3-A1. Gestionar la comunicación estratégica entre líderes y directivos, así mismo desarrollar la comunicación eficaz, que va de la mano de un liderazgo visible al dar a conocer el reglamento, advertencias y asesoramiento legal, para evitar conflictos legales que no sean factibles de llevar.	D2-A1. Los protocolos y lineamientos de comunicación tienen que desarrollarse obligatoriamente evitando posibles incidentes legales, al no tener respaldo ante algún tema delicado, mala comunicación o fuga de información. D1-A2. Es necesario establecer canales de comunicación inmediatos de difusión interna, en especial a lo que se refiere a salud y seguridad evitando posibles accidentes laborales. D3-A3. Se debe eliminar el liderazgo tradicional que separa por jerarquías a la autoridad y al subalterno, vencer la resistencia al cambio evitando imposiciones unilaterales que desencadenan en falta de confianza, desconformidad y baja productividad del personal.
A2. Que ocurra algún accidente laboral.		
A3. Baja productividad del personal.		

Fuente: Elaboración propia. (2023)

Conclusión FODA.

En base al análisis FODA realizado a los colaboradores del Centro Médico Popular San Carlos se puede concluir que; cuando hay sostenimiento y mejoramiento de las priorizaciones, la comunicación se puede desarrollar con beneficios de la comunicación digital se relacionan con los instrumentos de comunicación digital que faciliten la interacción multidireccional y estratégicamente, ayudando a vencer la resistencia a los cambios que se observan en la comunicación interna del centro médico, además se remplazara a la comunicación unilateral por una efectiva, sumamente clara, apostando por la motivación, siendo el detonador de que los cambios no terminen en fracasos.

En situaciones de amenazas y debilidades la comunicación digital podría cambiar la situación actual, permitiendo que los colaboradores interactúen y compartan ideas creando una sensación de asociación y confianza, impulsar la innovación y resolver problemas en tiempo real.

El centro médico debe establecer un buen clima organizacional en base al análisis FODA, recuperara y optimizara los valores organizacionales, mejorando el sentimiento de pertenecía al equipo de trabajo, el lograr tener excelente comunicación interna permite motivación, optimización de funciones por medio de ideas, ahorro de tiempo y recursos, facilitando la mejora de resultados organizacionales, más que nada destacar que un colaborador con niveles de comunicación claros, encaminados al crecimiento profesional es un colaborador satisfecho que lo comunicara al exterior siendo la imagen del Centro Médico Popular San Carlos.

Encuesta de Pulso.

Se aplicara también un cuestionario corto, rápido y fácil de responder para determinar el análisis interno determinando las razones del problema obteniendo información valiosa del sentir de los colaboradores frente al problema de la comunicación organizacional interna del centro médico.

Tratándose en su estructura de un saludo e introducción del porqué de esta actividad, entregar el link del cuestionario que inmediatamente abrirá la hoja virtual que muy fácilmente dará paso a la tabla de resultados de la tabulación y sus respectivos gráficos, siguiendo con el análisis de cada pregunta he interpretación de resultados de 7 preguntas, 7 análisis.

Encuesta: Dirigido a los líderes de área y supervisores del Centro Médico Popular San Carlos.

Figura 14
Encuesta

Encuesta.

Encuesta de Pulso Sobre el Clima Laboral enfocada en la Comunicación organizacional para Líderes de área del "Centro Médico Popular San Carlos"

Indicaciones.

Por favor contestar las preguntas de manera sincera y a su realidad, dichas preguntas están conformadas de respuestas de selección múltiple. Gracias

1. ¿La gestión de la comunicación digital, en qué nivel contribuye a la consecución de los objetivos de su organización? Señale: *

Alto

Medio

Bajo

No ayuda

4. ¿Adicional a las redes sociales ya conocidas, participa su empresa/organización en otras plataformas como: *

Red social privada empresarial

Red social Facebook, Instagram, Skype, LinkedIn. Como grupo o página de empresa.

No participa.

2. ¿En qué etapa de desarrollo de la adopción de la estrategia digital de comunicación se encuentra su organización? *

Alto

Medio

Bajo

Ninguna

5. ¿Cuáles son los resultados que ha visto en su organización con el uso de la comunicación digital?, respecto a: *

	Alto	Medio	Bajo	Ninguno
Clima laboral	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comunicación interna	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comunicación externa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Respuestas a crisis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eventos sociales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3. En los diferentes tipos de comunicación, señale la principal red social que utiliza para las siguientes actividades: *

Tipos de Comunicación.	Facebook	WhatsApp	Blogs	Correos	Ninguno
1.- Comunicación interna-Fortalecer la capacidad de liderazgo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2.- Comunicarse entre departamentos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3.- Reuniones de trabajo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4.- Capacitaciones	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5.- Mejorar el sentimiento de pertenencia e identidad de la organización	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6.- Fomentar la colaboración mediante chats, mensajería, imágenes.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7.- Aclarar una situación o acción de la empresa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8.- Monitoreo de la situación	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. Señale ¿Qué herramientas utiliza su organización para mantener la estrategia de comunicación organizacional interna? *

Internet de la empresa.

Ofrece paquetes de megas a sus colaboradores.

Verbal o manual

Ninguno

7. ¿Cómo cree que evolucionará la el clima laboral y la comunicación organizacional interna, en la gestión de la comunicación digital estratégica por medio de una aplicación propia de la organización o de redes sociales? *

Alta

Media

Baja

No ayuda

[Atrás](#) [Enviar](#) [Borrar formulario](#)

Google no creó ni aprobó este contenido. [Denunciar abuso](#) · [Condiciones del Servicio](#) · [Política de Privacidad](#)

Google Formularios

Fuente: Google Formularios; Elaboración propia. (2023)

Link Encuesta.

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfOTzpsychPZfZYMHYnC0b1h27VgD8eCrPXaMHurKltFs3R93Q/viewform?usp=sf_link

Figura 15

Consolidado respuestas excel.

B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
Evaluados 4 líderes de área y 1 supervisor de enfermería.	1. ¿La gestión de la comunicación digital, en qué nivel contribuye a la consecución de los objetivos de su organización? Señale:	2. ¿En qué etapa de desarrollo de la adopción de la estrategia digital de comunicación se encuentra su organización?	3. En los diferentes tipos de comunicación, señale la principal red social que utiliza para las siguientes actividades: [Según ítem 1]	3. En los diferentes tipos de comunicación, señale la principal red social que utiliza para las siguientes actividades: [Según ítem 2]	3. En los diferentes tipos de comunicación, señale la principal red social que utiliza para las siguientes actividades: [Según ítem 3]	3. En los diferentes tipos de comunicación, señale la principal red social que utiliza para las siguientes actividades: [Según ítem 4]	3. En los diferentes tipos de comunicación, señale la principal red social que utiliza para las siguientes actividades: [Según ítem 5]	3. En los diferentes tipos de comunicación, señale la principal red social que utiliza para las siguientes actividades: [Según ítem 6]	3. En los diferentes tipos de comunicación, señale la principal red social que utiliza para las siguientes actividades: [Según ítem 7]
1 evaluado	Alto	Bajo	Correos	Correos	WhatsApp	Ninguno	Ninguno	Ninguno	Correos
2 evaluado	Medio	Bajo	WhatsApp	Correos	Correos	Correos	Ninguno	Ninguno	Correos
3 evaluado	Alto	Bajo	Correos	Correos	WhatsApp	Correos	Ninguno	Ninguno	Correos
4 evaluado	Alto	Bajo	Correos	Correos	Correos	Correos	Ninguno	Correos	Correos
5 evaluado	Medio	Bajo	Ninguno	Correos	Correos	Correos	Ninguno	Ninguno	Correos
Evaluados 4 líderes de área y 1 supervisor de enfermería.	3. En los diferentes tipos de comunicación, señale la principal red social que utiliza para las siguientes actividades: [Según ítem 8]	4. ¿Adicional a las redes sociales ya conocidas, participa su empresa/organización en otras plataformas como:	5. ¿Cuáles son los resultados que ha visto en su organización con el uso de la comunicación digital?, respecto a: [Clima laboral]	5. ¿Cuáles son los resultados que ha visto en su organización con el uso de la comunicación digital?, respecto a: [Comunicación interna]	5. ¿Cuáles son los resultados que ha visto en su organización con el uso de la comunicación digital?, respecto a: [Comunicación externa]	5. ¿Cuáles son los resultados que ha visto en su organización con el uso de la comunicación digital?, respecto a: [Respuestas a crisis]	5. ¿Cuáles son los resultados que ha visto en su organización con el uso de la comunicación digital?, respecto a: [Eventos sociales]	6. Señale ¿Qué herramientas utiliza su organización para mantener la estrategia de comunicación organizacional interna?	7. ¿Cómo cree que evolucionará la el clima laboral y la comunicación organizacional interna, en la gestión de la comunicación digital estratégica por medio de una aplicación propia de la organización o de redes sociales?
1 evaluado	WhatsApp	No participa.	Bajo	Medio	Bajo	Bajo	Bajo	Verbal o manual	Alta
2 evaluado	WhatsApp	No participa.	Medio	Medio	Medio	Medio	Medio	Verbal o manual	Alta
3 evaluado	WhatsApp	No participa.	Medio	Medio	Medio	Medio	Medio	Internet de la empresa.	Alta
4 evaluado	WhatsApp	No participa.	Medio	Medio	Bajo	Bajo	Bajo	Internet de la empresa.	Alta
5 evaluado	WhatsApp	No participa.	Medio	Bajo	Ninguno	Bajo	Medio	Internet de la empresa.	Alta

Fuente: Google formularios. (2023)

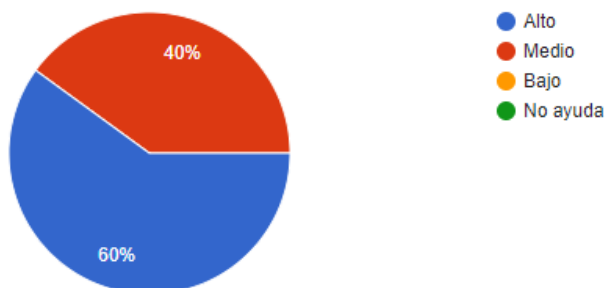
Figura 16

Pregunta 1

1. ¿La gestión de la comunicación digital, en qué nivel contribuye a la consecución de los objetivos de su organización? Señale:

 Copiar

5 respuestas



Fuente: Google formularios. (2023)

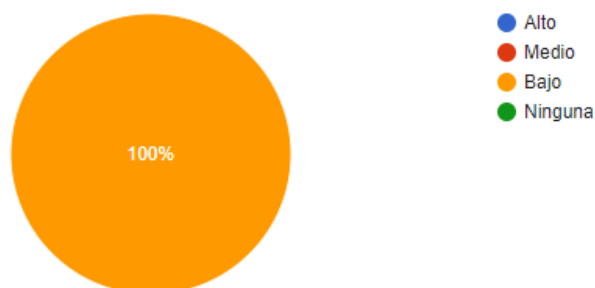
Interpretación: Entre la población encuestada se encontró que el 40% creen que el conseguir objetivos laborales por medio de la gestión en comunicación digital es de un nivel medio, pero el 60% encuentra que esta gestión es alta, logrando así un resultado positivo y que si se realiza cambios a dicha gestión ira por buen camino, contribuyendo a la consecución de objetivos dentro del centro médico.

Figura 17
Pregunta2

2. ¿En qué etapa de desarrollo de la adopción de la estrategia digital de comunicación se encuentra su organización?



5 respuestas

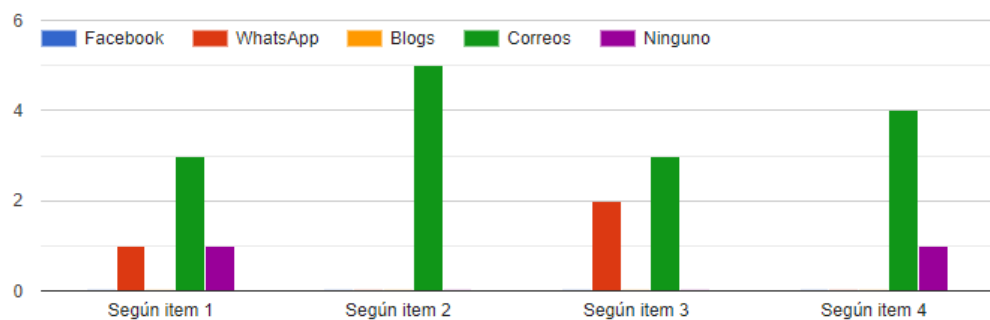


Fuente: Google formularios. (2023)

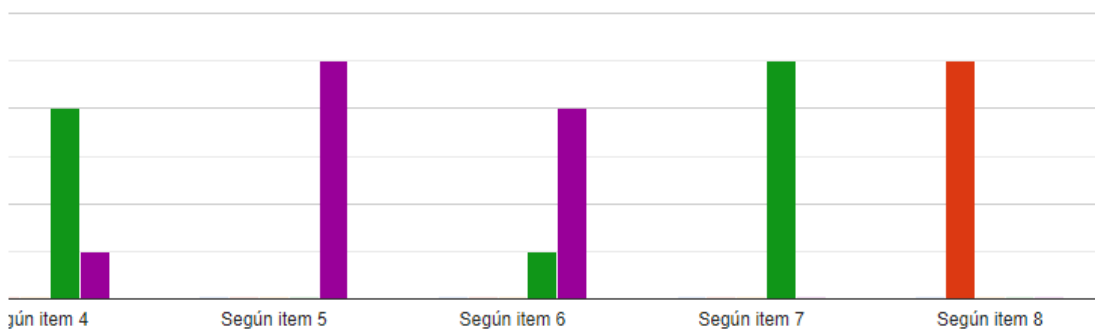
Interpretación: Se encontró que el 100% está de acuerdo en que el desarrollo de la comunicación digital se encuentra en un nivel bajo, lo que indica que se debe trabajar para avanzar en esta etapa de adopción del plan de comunicación digital.

Figura 18
Pregunta 3

3. En los diferentes tipos de comunicación, señale la principal red social que utiliza para las siguientes actividades:



3. En los diferentes tipos de comunicación, señale la principal red social que utiliza para las siguientes actividades:



Evaluados 4 líderes de área y 1 supervisor de enfermería.	3. En los diferentes tipos de comunicación, señale la principal red social que utiliza para las siguientes actividades: [Según ítem 1]	3. En los diferentes tipos de comunicación, señale la principal red social que utiliza para las siguientes actividades: [Según ítem 2]	3. En los diferentes tipos de comunicación, señale la principal red social que utiliza para las siguientes actividades: [Según ítem 3]	3. En los diferentes tipos de comunicación, señale la principal red social que utiliza para las siguientes actividades: [Según ítem 4]
1 evaluado	Correos	Correos	WhatsApp	Ninguno
2 evaluado	WhatsApp	Correos	Correos	Correos
3 evaluado	Correos	Correos	WhatsApp	Correos
4 evaluado	Correos	Correos	Correos	Correos
5 evaluado	Ninguno	Correos	Correos	Correos
Evaluados 4 líderes de área y 1 supervisor de enfermería.	3. En los diferentes tipos de comunicación, señale la principal red social que utiliza para las siguientes actividades: [Según ítem 5]	3. En los diferentes tipos de comunicación, señale la principal red social que utiliza para las siguientes actividades: [Según ítem 6]	3. En los diferentes tipos de comunicación, señale la principal red social que utiliza para las siguientes actividades: [Según ítem 7]	3. En los diferentes tipos de comunicación, señale la principal red social que utiliza para las siguientes actividades: [Según ítem 8]
1 evaluado	Ninguno	Ninguno	Correos	WhatsApp
2 evaluado	Ninguno	Ninguno	Correos	WhatsApp
3 evaluado	Ninguno	Ninguno	Correos	WhatsApp
4 evaluado	Ninguno	Correos	Correos	WhatsApp
5 evaluado	Ninguno	Ninguno	Correos	WhatsApp

Fuente: Google formularios. (2023)

Figura 19

Ítems, referencia de respuestas pregunta 3.

Tipos de Comunicación.	
1.- Comunicación interna-Fortalecer la capacidad de liderazgo	5.- Mejorar el sentimiento de pertenencia e identidad de la organización
2.- Comunicarse entre departamentos	6.- Fomentar la colaboración mediante chats, mensajería, imágenes.
3.- Reuniones de trabajo	7.- Aclarar una situación o acción de la empresa
4.- Capacitaciones	8.- Monitoreo de la situación

Fuente: Elaboración propia. (2023)

Interpretación: Se puede identificar que los tipos de comunicación han sido manejados y dirigidos por medio de correo electrónico, WhatsApp, y ninguna red social.

El manejo del correo electrónico es el canal que más se utiliza para cubrir tipos de comunicación como:

1. Comunicación interna-Fortalecer la capacidad de liderazgo. / 2. Comunicarse entre departamentos. / 3. Reuniones de trabajo. / 4. Capacitaciones. / 7. Aclarar una situación o acción.

Mientras tanto el WhatsApp cubre solo:

8. Monitoreo de la situación.

Dejando los siguientes tipos de comunicación sin ninguna contingencia:

5. Mejorar el sentimiento de pertenencia e identidad de la organización. / 6. Fomentar la colaboración mediante chats, mensajería e imágenes.

Esto demuestra que la comunicación por parte de los líderes de área, del centro médico se desarrolla de manera lineal, no existe una relación más formal sin tener opinión de los colaboradores, encontrando problemas de clima laboral sin ningún tipo de canales y herramientas de comunicación.

Figura 20
Pregunta 4

4. ¿Adicional a las redes sociales ya conocidas, participa su empresa/organización en otras plataformas como:



5 respuestas



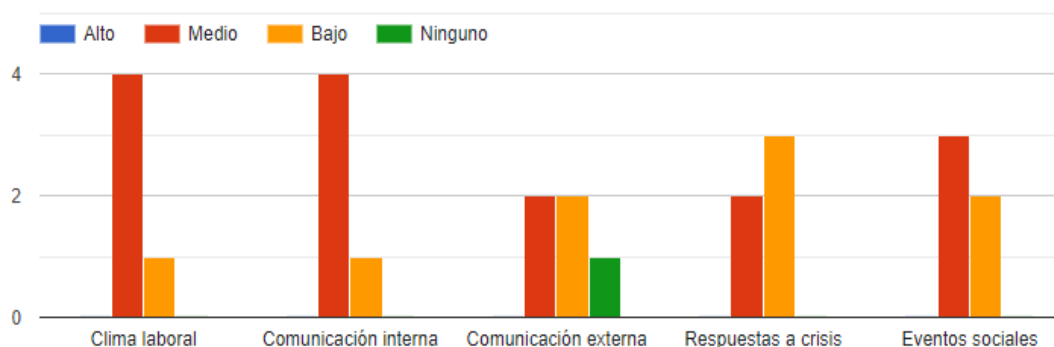
Fuente: Google formularios. (2023)

Interpretación: El 100% de la población encuestada, afirmó que no participa de ninguna red social abierta a la comunidad y tampoco privada, afirmando como punto débil en la incursión de la comunicación digital, tomando en cuenta que el clima laboral se vería beneficiado al optimizar esta herramienta.

Figura 21
Pregunta 5



5. ¿Cuáles son los resultados que ha visto en su organización con el uso de la comunicación digital?, respecto a:



Evaluados 4 líderes de área y 1 supervisor de enfermería.	5. ¿Cuáles son los resultados que ha visto en su organización con el uso de la comunicación digital?, respecto a: [Clima laboral]	5. ¿Cuáles son los resultados que ha visto en su organización con el uso de la comunicación digital?, respecto a: [Comunicación interna]	5. ¿Cuáles son los resultados que ha visto en su organización con el uso de la comunicación digital?, respecto a: [Comunicación externa]	5. ¿Cuáles son los resultados que ha visto en su organización con el uso de la comunicación digital?, respecto a: [Respuestas a crisis]	5. ¿Cuáles son los resultados que ha visto en su organización con el uso de la comunicación digital?, respecto a: [Eventos sociales]
1 evaluado	Bajo	Medio	Bajo	Bajo	Bajo
2 evaluado	Medio	Medio	Medio	Medio	Medio
3 evaluado	Medio	Medio	Medio	Medio	Medio
4 evaluado	Medio	Medio	Bajo	Bajo	Bajo
5 evaluado	Medio	Bajo	Ninguno	Bajo	Medio

Fuente: Google formularios. (2023)

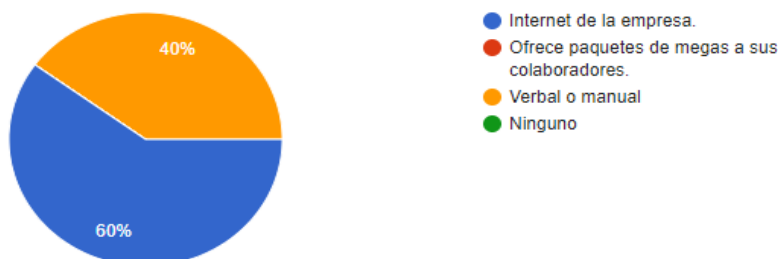
Interpretación: Se puede observar que el: Clima laboral, comunicación interna y eventos sociales, en base a la opinión de la población encuestada, se desarrollan en una escala media siendo un factor positivo al involucrar una comunicación digital; pero también se observa que en la: Respuesta a crisis y comunicación externa, aun en la escala se encuentra bajo, por el hecho que el centro médico tiene baja incursión en la comunicación digital.

Figura 22
Pregunta 6

6. Señale ¿Qué herramientas utiliza su organización para mantener la estrategia de comunicación organizacional interna?



5 respuestas



Fuente: Google formularios. (2023)

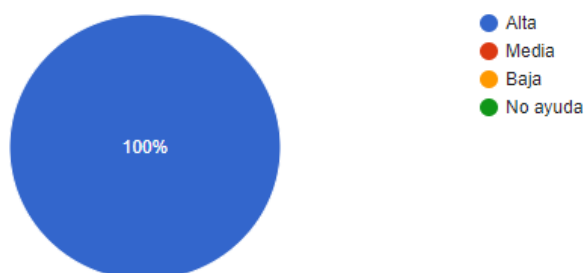
Interpretación: El 60% de la población encuestada señala que la herramienta más usada es el internet que pertenece al centro médico, seguido del canal verbal y manual (escritos) con el 40%; implicando que el manejo de una estrategia de comunicación digital interna no es óptima y no cuenta con otros canales de comunicación que les facilite brindar información de primera mano. Poniendo como prioridades el uso de un canal efectivo interno de comunicación potenciando nuevas herramientas para el uso efectivo de los colaboradores.

Figura 23
Pregunta 7

7. ¿Cómo cree que evolucionará la el clima laboral y la comunicación organizacional interna, en la gestión de la comunicación digital estratégica por medio de una aplicación propia de la organización o de redes sociales?



5 respuestas



Fuente: Google formularios. (2023)

Interpretación: El 100% de la población encuestada está totalmente de acuerdo que la evolución del clima y comunicación organizacional interna será alta, con una buena estrategia y gestión digital partiendo de una App propia a su vez incursionando en las redes sociales externas.

Link Resultados.

<https://docs.google.com/forms/d/1Y8rrRBQP8M0IPELLnvJyItPnjwuAgoX5iYPpiacNYH0/edit#responses>

Conclusiones.

Según los resultados de la investigación, la comunicación organizacional interna sí influye en el clima laboral. Para que una organización tenga un clima laboral adecuado, se debe recordar que la comunicación organizacional interna es un elemento determinante, para que los colaboradores conozcan sus funciones y, además de desempeñarlas, se sientan motivados e involucrados en la empresa.

En cuanto a la comunicación organizacional interna, del “Centro Médico Popular San Carlos” la población investigada la califico como media, manejándola de una manera tradicional, y muestra tendencia a ser inadecuado, en cuanto a la comunicación digital a un es baja pues no se maneja mucho herramientas ni canales informáticos que lleven a la comunicación a un nivel óptimo dentro de la organización, calificada por la población como insuficiente. Este resultado impide fijar metas, alcanzarlas y trabajar en conjunto, no permite que los colaboradores sientan pertenencia al centro médico.

Con respecto al clima laboral, la población lo percibe en la escala como medio, esto permite que los colaboradores realicen sus funciones adecuadamente, no es suficiente para el buen desarrollo laboral.

Recomendaciones.

Se sugiere realizar una vez al año un diagnóstico de clima laboral y comunicación organizacional interna, teniendo en cuenta la importancia de conocer dónde se encuentra el centro médico y tomar acciones correctivas.

El nivel de comunicación digital, tiene una calificación lo suficientemente baja como para indicar que es inadecuada, por lo que se recomienda a la dirección del centro médico, tomar en cuenta las recomendaciones y opiniones de los colaboradores, para ponerse en contacto con

sus necesidades, poder tomar soluciones más precisas, que se sientan protagonistas y parte de las actividades de la organización.

Una vez obtenidos los resultados del clima laboral y de la comunicación organizacional interna, se propone mejorar la forma de supervisión así como direccionan las actividades de los colaboradores, se sugiere realizar una reunión mensual para tratar temas relacionados con las necesidades de los colaboradores, retroalimentando mediante feedback los problemas e inquietudes que presentan en la funcionalidad de las tareas o procesos organizacionales sean digitales o no que se manejan en el centro médico.

Gestionar la optimalización de los procesos digitales apoyando directamente la accesibilidad de todos los colaboradores y directivos la comunicación organizacional interna como base del clima laboral sabiendo que los lugares de trabajo digitales son una excelente manera de romper las barreas de comunicación, remodelando la experiencia del colaborador, estimulando la innovación y el crecimiento laboral de quienes conforman el “Centro Médico Popular San Carlos”.

CAPITULO III

PROPUESTA.

Flujo del Proceso.

Figura 24

Flujo del proceso plan de comunicación organizacional interna.



Fuente: Elaboración propia. (2023)

La elaboración del plan de clima laboral enfocado a la comunicación organizacional interna, solicita de un requerimiento que surge del área administrativa y de recursos humanos, el

cual es aprobado por los líderes de área del “Centro Médico Popular San Carlos”, la aprobación del requerimiento proviene de la elaboración del plan de comunicación organizacional interna, en el cual se deben establecer las actividades estratégicas a realizar mediante un cronograma que permita identificar qué se va a comunicar, a quién se le comunicará y a través de qué medios, canales de comunicación se hará.

Una vez definidas estas tareas, el plan de comunicación organizacional interna se socializará a los líderes de área y finalmente a la Dirección para su aprobación. En base a este supuesto, las actividades se realizan según lo programado, al final se realiza el seguimiento y evaluación correspondiente para determinar si el plan ha iniciado factiblemente según lo planificado.

Normas y Políticas.

- El departamento de recursos humanos, está a cargo de la implementación y actualización del plan de clima laboral enfocado en la comunicación organizacional interna.
- La dirección del centro médico con sus líderes de área, aprobarán el plan de clima laboral enfocado en la comunicación organizacional interna.
- Todos los colaboradores en relación de dependencia del “Centro Médico Popular San Carlos”, tendrán acceso a las comunicaciones emitidas.
- El cronograma de comunicaciones deberá ser revisado y de ser necesario analizado periódicamente previo a la ejecución, por RRHH
- El plan de clima laboral enfocado en la comunicación organizacional interna se registrará en base a los valores institucionales.
- El asistente de recursos humanos será el encargado de levantar las necesidades y requerimientos de la elaboración y actualización del plan de clima laboral enfocado en la comunicación organizacional interna.
- La actualización del plan de clima laboral enfocado en la comunicación organizacional interna se realizará de forma anual.
- El seguimiento del plan de clima laboral enfocado en la comunicación organizacional interna se realizará de forma trimestral el primer año después será semestral.
- Es responsabilidad de cada líder de área enviar información, para los comunicados que necesite, al asistente de RRHH.

- Toda comunicación interna deberá ser aprobada por la asistencia de RRHH, sin embargo habrá comunicados que se deberán manejar solo bajo la responsabilidad del líder de área con copia a RRHH, así mismo se dará comunicados que deberán ser aprobados por una junta con la dirección, líderes de área, para su aprobación y difusión por parte del asistente de RRHH.

Plan de Clima laboral Enfocado en la Comunicación Organización Interna.

Objetivo.

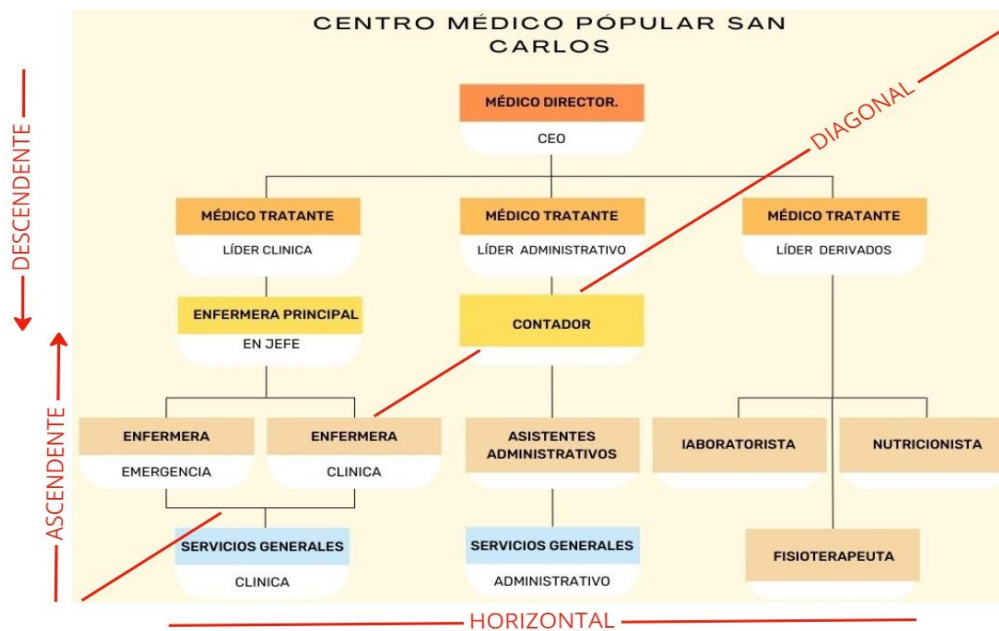
Mejorar la comunicación formal e informal con todos los niveles y áreas de la organización mediante actividades adaptadas a la realidad del Centro Médico Popular San Carlos y del entorno actual.

Publico.

El plan de clima laboral enfocado en la comunicación organizacional interna, se enfocara en integrar la comunicación de todos los colaboradores del centro médico: Clínicos, ambulatorios, administrativos y de servicios generales.

Figura 25

Flujo correcto de comunicación organizacional interna.





Fuente: Elaboración propia. (2023)

Líneas de Acción.

Directriz Organizacional.

Tabla 13

Marca de comunicación.

Nombre de la Iniciativa.	Marca de Comunicación.			
Objetivo.	Crear una marca de comunicación organizacional interna a través de un personaje, frase o logo, representativo de la organización que permita apropiarse y distinguirse la comunicación organizacional interna.			
Descripción.	La comunicación organizacional y su clima busca diferenciar y posicionar la comunicación interna para crear un mayor impacto en todos los miembros de la organización a través de una frase, personaje o logo.			
Actividades.	Responsable.	Fecha de Ejecución	Recursos-Medios.	Resultados
Ejecución, de enfoque para elegir un personaje, frase o logotipo que represente la marca de comunicación organizacional interna.	Departamento Administrativo y Recursos Humanos.	1 Mes	Reuniones físicas- Zoom- Proveedor externo	Marca de Comunicación Organizacional Interna.
Esquema de diseño de personaje, frase o logotipo.	Asistente de Recursos Humanos	1 Mes		
Presentación del diseño a un proveedor externo.	Asistente de Recursos Humanos	1 Mes		
Aceptación y aprobación del diseño de la marca de comunicación	Líder de área Administrativa y RRHH	1 Mes		
Propuesta.	Correo-panfletos. etc.		Cartelera	
				


Fuente: Elaboración propia. (2023)

Tabla 14
Correo corporativo.

Nombre de la Iniciativa.	Correo Corporativo			
Objetivo.	Crear un usuario mediante correo corporativo, diseñado específicamente para la difusión de información de la comunicación organizacional interna.			
Descripción.	Este canal se enfoca en ofrecer información formal manejada por un cronograma mensual para evitar la sobrecarga de información. Al tener un correo corporativo permite destacar la información que se necesita enviar para resolver problemas y comunicados que interesen a la organización siendo una versión premium de un correo tradicional.			
Actividades.	Responsable.	Fecha de Ejecución	Recursos-Medios.	Resultados
Definición de usuarios correspondientes al nuevo correo corporativo, en base al nombre comercial de la organización	Departamento Administrativo y Recursos Humanos.	2 Sem -3 Sem	Base de datos colaboradores-Excel-Microsoft Outlook para instituciones.	Credenciales y usuarios de correo corporativo para la comunicación organizacional interna.
Solicitar la creación del usuario del nuevo correo corporativo.	Líder de área Administrativa y RRHH	2 Sem -3 Sem		
Creación de usuarios en el correo corporativo solicitado.	Asistente de Recursos Humanos	2 Sem -3 Sem		
Socialización de credenciales para el acceso al correo corporativo, a la persona responsable de administrar los usuarios del mismo.	Área administrativa y RRHH	2 Sem -3 Sem		
Creación de cronograma para agilizar la comunicación organizacional interna del correo corporativo.	Asistente de Recursos Humanos	3 Sem -4 Sem		
Propuesta.	Inicial del primer nombre Apellido - Área @ cmpopularsancarlos.ec ecalderon-rrhh@cmpopularsancarlos.ec			

Fuente: Elaboración propia. (2023)

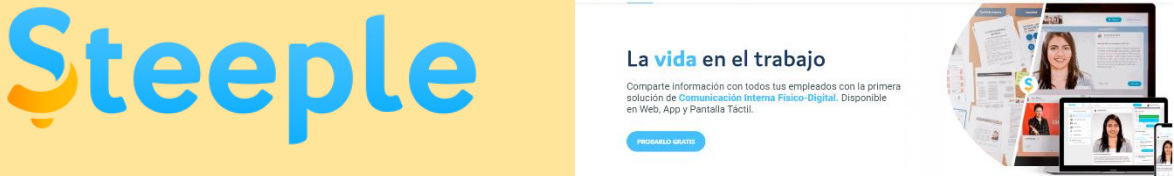
Tabla 15
Cartelera física y digital.

Nombre de la Iniciativa.	Cartelera Física y digital.			
Objetivo.	Diseñar un canal de comunicación interna para la organización mediante contenido que se transmite en el espacio físico en donde se desarrollan las actividades laborales como de manera digital.			
Descripción.	Este canal se enfoca en ofrecer información formal e informal manejada por un cronograma mensual en donde se puede socializar cumplimientos de metas, informes de salud local, regional y global, también fechas especiales cumpleaños, reuniones sociales y de ocio.			
Actividades.	Responsable.	Fecha de Ejecución	Recursos-Medios.	Resultados
Integrar una reunión para establecer los puntos de relevancia a plasmar en las carteleras.	Líderes de área, departamento administrativo y RRHH	2 Sem -3 Sem	Reuniones físicas – zoom- Microsoft Outlook- proveedor externo.	Cartelera física y digital actualizada.
Elaboración de cronograma con información mensualizada.	Líder de área Administrativa y RRHH	2 Sem -3 Sem		
Creación de un diseño para la presentación de la cartelera.	Asistente de Recursos Humanos	2 Sem -3 Sem		
Presentación del diseño de cartelera ya enviado por el proveedor externo y de cronograma con información mensualizada.	Área administrativa y RRHH	2 Sem -3 Sem		
Aprobación de diseño y cronograma.	Asistente de Recursos Humanos	3 Sem -4 Sem		
Propuesta.				

Fuente: Elaboración propia. (2023)

Tabla 16

Software y aplicación móvil de comunicación interna Steeple.

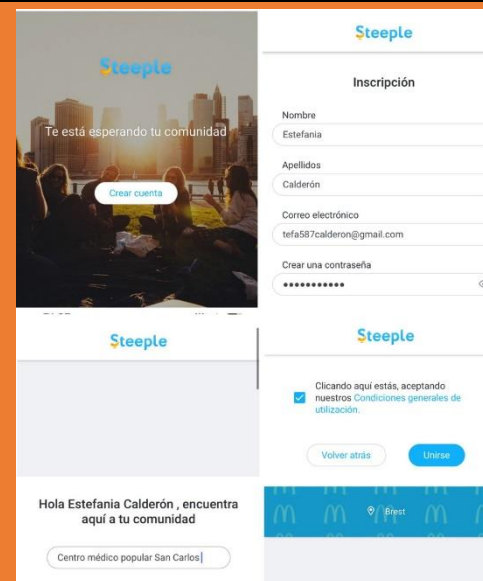
Nombre de la Iniciativa.	Software y aplicación móvil de comunicación interna Steeple.			
Objetivo.	Crear un perfil corporativo, en Steeple, para compartir información con todos los colaboradores de la mano de una solución de comunicación organizacional interna digital disponible en App, web, sin conexión.			
Descripción.	Este canal de información ayudan al colaborador a estar enterado de cualquier información a través de publicaciones, con interacción inmediata, respuestas cortas, claras, motivando la integración entre sus miembros, El software será responsabilidad del asistente de RRHH y la información supervisada por líderes de área y área administrativa RR.HH.			
Actividades.	Responsable.	Fecha de Ejecución	Recursos-Medios.	Resultados
Crear el perfil de Steeple con su tablón de anuncios y biblioteca de módulos personal, con la propuesta de la marca de comunicación organizacional interna.	Departamento administrativo y RRHH	2 Sem -3 Sem	Reuniones físicas – zoom- Microsoft Outlook- Software Steeple	Perfil en Steeple, tablón de anuncios y biblioteca de módulos personal
Establecer la configuración del software para que sea solo de uso interno.	Departamento administrativo y RRHH	2 Sem -3 Sem		
Presentación del perfil en de Steeple, tablón de anuncios y biblioteca de módulos personal	Asistente de Recursos Humanos	2 Sem -3 Sem		
Aprobación del perfil Steeple.	Director y líderes de áreas.	2 Sem -3 Sem		
Socialización de software y App.	Asistente de Recursos Humanos	2 Sem -3 Sem		
Propuesta.				

Software.	Software y aplicación móvil de comunicación interna Steeple; es una herramienta y canal de comunicación para las organizaciones de fácil aplicación, la facilidad de Steeple es que para organizaciones con menos de 20 y hasta 20 colaboradores ofrece su versión gratuita, con el plus de conectividad y acceso a sus opciones de información sin conexión a una red wifi.
Aplicación.	El software se descarga con el ingreso de un perfil corporativo. Se crea el perfil corporativo y perfiles de colaboradores. Se diseña el tablón de notas o block (cartelera) colores a escoger. Se indica que se requiere instalar de manera multifuncional en red de PC y App en dispositivos móviles. Ingreso a los perfiles con usuario y contraseña que para el colaborador es privada y para el perfil de la organización de uso directivo como del asistente de RRHH quien es el encargado de manejar la plataforma.
Soporte.	El soporte, brinda el mismo software, actualizando su sistema cada vez que lo crea necesario (no existe gasto para la organización): Desde el lanzamiento y socialización, Formación personalizada e integral, sistema de coach para cualquier duda. Línea directa y soporte a cualquier hora, chat de apoyo con técnicos en soporte del sistema, consejos, ideas, actualizadas en el manejo de la comunicación interna digital.

Paso 1.

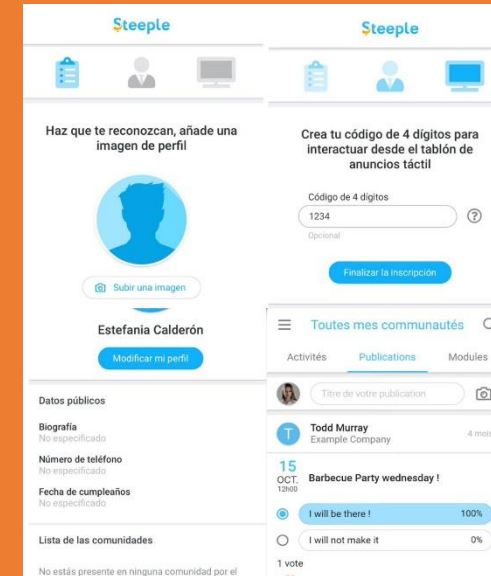
- Ingresar a Steeple por el link en la web.
- Ingresar datos requeridos.
- Para la organización: se crea un perfil corporativo que da acceso, y autorización a los perfiles que son de colaboradores.
- El colaborador debe esperar a la verificación de su credencial dentro de la base de datos cargada al perfil corporativo.
- Aprobado el perfil ya es parte de la comunidad Steeple de la organización.

Link: <https://steeple.com/es/>



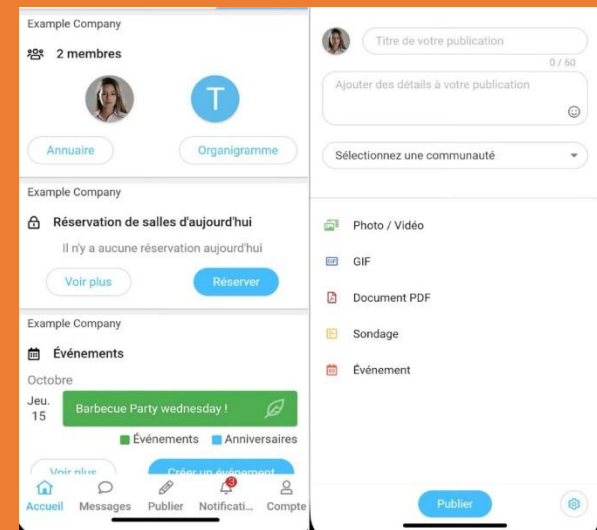
Paso 2.

- A nivel corporativo, se proporciona el tablón de presentación, insertar imágenes de marca de comunicación, colores representativos e información relevante de la organización.
- Establecer información, general y particular de los colaboradores, (biblioteca de módulos personales), nomina, horario laboral, eventos, documentos y agenda.
- Establecer información general de la organización blog, eventos, avisos (reuniones, sociales, ocio), formal e informal.




Paso 3.

- La plataforma tanto en PC como en App están listas para el manejo de las mismas, en las cuales se puede interactuar como cualquier red social de manera grupal e individual.
- El software funciona como: Red social, chat corporativo, buzón, blog, agenda, cartelera, y también ayuda a la organización a revisar sin perder la autonomía y privacidad la ubicación de los colaboradores en el tiempo de la jornada laboral.



Fuente: Elaboración propia. (2023)


Tabla 17
Desayuno briefing.

Nombre de la Iniciativa.	Desayuno Briefing.			
Objetivo.	Aumentar la comunicación formal e informal de los colaboradores de la organización, compartiendo tiempo con temas de interés, profesional y social.			
Descripción.	Un viernes cada 15 días se realizará un desayuno Briefing, en el cual se tratara en primera instancia: Temas formales de la organización (resultados, avisos importantes y recomendaciones) seguido de temas informales (cumpleaños, logros académicos de colaboradores hijos o familiares, ayuda social) ayudando al clima y confianza laboral interna.			
Actividades.	Responsable.	Fecha de Ejecución	Recursos-Medios.	Resultados
Diseñar un itinerario con una causa para que cada desayuno se brinde un viernes cada 15 días.	Departamento administrativo y RRHH	2 Sem	Reuniones físicas – zoom- Microsoft Outlook- Software Steeple – inmediateciones de la organización.	Reuniones Desayuno Briefing con los miembros de la organización.
Preparar temas a tratar.	Asistente de Recursos Humanos	2 Sem		
Creación de difusión e invitaciones al desayuno a colaboradores y directivo.	Asistente de Recursos Humanos	2 Sem		
Aprobación	Director y líderes de áreas.	2 Sem		
Socialización.	Asistente de Recursos Humanos	2 Sem		
Propuesta.	 <p>La infografía muestra los temas a tratar en el desayuno briefing: resultados, avisos importantes y recomendaciones; felicitaciones a hijos o familiares de colaboradores por sus logros; cumpleaños de la semana; reconocimiento al colaborador estrella del mes y reconocimiento a logros académicos y profesionales; ayuda social sea a colaboradores o externamente; y temas de integración.</p>			

Fuente: Elaboración propia. (2023)

Tabla 18

Reinducción y capacitación.

Nombre de la Iniciativa.	Reinducción y capacitación.			
Objetivo.	Establecer directrices, para que los colaboradores actualicen y pongan en práctica, el plan de clima laboral enfocado en la comunicación organizacional interna, que se implementara en la organización.			
Descripción.	Este proceso va a informar a los colaboradores sobre las reglas y procedimientos de comunicación organizacional interna con un enfoque en la digitalización, para que puedan integrarse de manera efectiva al plan propuesto. Es importante tener en cuenta que la organización que cuenta con un programa de reinducción, puede motivar e involucrar a los colaboradores para que desarrollen el sentido de pertenencia y cultura con la organización.			
Actividades.	Responsable.	Fecha de Ejecución	Recursos-Medios.	Resultados
Preparación de temas a exponer en la reinducción al Plan de comunicación.	Departamento administrativo y RRHH	2 Sem -3 Sem	Reuniones físicas – zoom- Microsoft Outlook- Software Steeple – Material de oficina y didactico-inmediaciones de la organización.	Reuniones Reinducción y capacitación, con los miembros de la organización.
Diseño de cronograma de actividades y presentación del plan.	Asistente de Recursos Humanos	2 Sem -3 Sem		
Elaboración de material que se usara y que se asignara a cada colaborador.	Asistente de Recursos Humanos	2 Sem -3 Sem		
Aprobación de reinducción	Director y líderes de áreas.	2 Sem -3 Sem		
Socialización.	Asistente de Recursos Humanos	2 Sem -3 Sem		
Propuesta.				

Fuente: Elaboración propia. (2023)

Tabla 19
Indicadores del producto.

	Objetivo.	Indicadores.
Objetivo de Desarrollo.	Mejorar la comunicación formal e informal con todos los niveles y áreas de la organización mediante actividades adaptadas a la realidad de la organización y su contexto actual.	Niveles actuales de comunicación organizacional interna VS porcentajes de mejora con el plan de comunicación.
Líneas de Acción	Objetivo	Indicadores.
Marca de Comunicación	Crear una marca de comunicación organizacional interna a través de un personaje, frase o logo, representativo de la organización que permita apropiarse y distinguirse la comunicación organizacional interna.	Resultado en porcentaje en la implementación de la marca de comunicación organizacional interna.
Correo Corporativo	Crear un usuario mediante correo corporativo, diseñado específicamente para la difusión de información de la comunicación organizacional interna.	Resultado en porcentaje de implementación de perfiles de usuario de correo corporativo.
Cartelera Física y digital.	Diseñar un canal de comunicación interna para la organización mediante contenido que se transmite en el espacio físico en donde se desarrollan las actividades laborales como de manera digital.	Resultado en porcentaje de desarrollo en la creación y aceptación de la cartelera física y digital.
Software y Aplicación Móvil de Comunicación Interna Steeple.	Crear un perfil corporativo, en Steeple, para compartir información con todos los colaboradores de la mano de una solución de comunicación organizacional interna digital disponible en App, web, sin conexión.	Resultado en porcentaje de implementación y aceptación del software- App Steeple.
Desayuno Briefing.	Aumentar la comunicación formal e informal de los colaboradores de la organización, compartiendo tiempo con temas de interés, profesional y social.	Resultado de cantidad en número de desayunos Briefing realizadas y su eficacia.
Reinducción y Capacitación.	Establecer directrices, para que los colaboradores actualicen y pongan en práctica, el plan de clima laboral enfocado en la comunicación organizacional interna, que se implementara en la organización.	Resultado en cantidad de números de reinducción y capacitaciones realizadas VS planificadas.

Fuente: Elaboración propia. (2023)

Monitoreo.

Este plan será monitoreado en base a 3 principios propuestos que abarcan áreas de acción.

Para la gestión organizacional se sugiere realizar mensualmente un informe de avance del aprovechamiento de cada actividad, y será revisado por el líder del área administrativa junto con el asistente de personal.

Para la dirección social se propone una reunión trimestral con el director de la organización, el líder y el asistente de personal para verificar los resultados estadísticos y porcentuales proporcionados por las aplicaciones, evaluación de los resultados, así como el volumen recibido de alcance.

Para la gestión de bienestar se plantea realizar formularios de evaluación no al colaborador si no al plan planteado, por parte de los colaboradores que inmediatamente serán presentados con los resultados arrojados a una junta conformada por la dirección, líderes de área y el asistente de personal.

Los indicadores serán la herramienta base y fundamental para el éxito de monitorear la implementación y progreso de cada una de las líneas de acción y sus iniciativas planteadas en la propuesta del plan de clima laboral enfocado en la comunicación organizacional interna.

Evaluación.

Las evaluaciones se realizaran cada tres meses por un año, al iniciar el plan de comunicación organizacional interna, para poder garantizar la utilización de las líneas de acción en su primera instancia.

Después del primer año, debe evaluarse cada seis meses para garantizar que la comunicación interna formal e informal se optimice en todos los niveles y áreas de la organización. Así, se indica que al monitorear el desempeño de cada iniciativa, se pueden realizar encuestas de satisfacción e informes para observar avances y cambiar lo predeterminado en el cronograma de ser necesario.

Destinatarios.

El Plan de Clima Laboral enfocado en la Comunicación Organizacional Interna para el Centro Médico Popular San Carlos, ubicado en la ciudad de Quito, se enfoca en integrar la comunicación de todos los que conforman la organización internamente, como los colaboradores de áreas ambulatorias, clínica, administrativa y de servicios generales.

Tabla 20
Cronograma.

Seguimientos Trimestrales.	Primer Seguimiento.			Evaluación de líneas de acción.	Segundo Seguimiento.		
	Actividad.	Mes 1	Mes 2		Mes 3	Mes 4	Mes 5
Marca de Comunicación.							
Correo Corporativo.							
Cartelera Física y digital.							
Software y Aplicación Móvil de Comunicación Interna Steeple.							
Desayuno Briefing.							
Reinducción y Capacitación.					Solo capacitación		
Evaluación Resultados.							

	Primer seguimiento.
	Segundo seguimiento.
	Indicador de seguimiento.
	Evaluación de líneas de acción.

Fuente: Elaboración propia. (2023)

Conclusiones.

La productividad de una organización está íntimamente relacionada con la motivación de sus colaboradores, incrementar una buena comunicación organizacional interna es fundamental para la buena gestión de mejora en el clima laboral de cualquier organización, el sentimiento de pertenencia de los colaboradores hacia la organización y aumentar el nivel de cultura de la misma.

En el plan de clima laboral enfocado en la comunicación organizacional interna, se establecen modelos sólidos de trabajo que posteriormente son gestionados y controlados a través de aplicaciones digitales. Esta gestión del flujo de trabajo en la comunicación digitalizada en tiempo real proporcionará resultados que en última instancia, mejorará la cultura organizativa del equipo de trabajo de las áreas que conforman el “Centro Médico Popular San Carlos”.

Además el clima laboral no se limita a una conceptualización estética que no capta el efecto del cambio, sino que se convierte en una conceptualización dinámica optimizada para las relaciones, el seguimiento y la evaluación en tiempo real, también monitoreando asistencia, puntualidad, horas trabajadas, descansos, nomina, etc. Con cada una de estas herramientas y

canales de comunicación la cultura y clima laboral se vuelve bastante viable observando acciones y resultados.

El Plan de Clima Laboral Enfocado en la Comunicación Organizacional Interna para el Centro Médico Popular San Carlos, tiene muchas ventajas para la organización, los colaboradores tienen toda la información para tomar mejores decisiones y perfeccionar los procesos de trabajo en sus distintas áreas y en conjunto. Al sentirse implicados dentro del plan de comunicación, aumentara su nivel de compromiso, esto repercutirá en la optimización de los resultados, personales como profesionales, otorgando beneficio mutuo de crecimiento entre colaborador y organización.

Recomendaciones.

El Clima laboral y la comunicación interna en el centro médico, debe modernizarse usando herramientas y canales informáticos, pero deben respetar el grado en que la transformación digital se da en la organización como hasta que nivel debe llegar esta tecnología a incorporarse, la comunicación interna debe coincidir con la tipología organizacional, el giro del negocio y el perfil del colaborador.

La organización necesita saber transmitir perfectamente a los colaboradores, las líneas de acción del plan, incluyendo los principios, misión, visión y valores de la organización. La comunicación interna debe ser parte del proceso de optimización de la percepción del colaborador al centro médico como el mejor lugar para trabajar.

Se debe capacitar a los líderes de área como a los directivos quienes primero establecerán el clima laboral como la comunicación hacia los colaboradores en general y en equipos, desarrollando los objetivos de comunicación planteados, se habla de programas de liderazgo, cursos de coaching, seminarios, feedback y más.

La comunicación organizacional interna para el “Centro Médico Popular San Carlos” funcionara si se le presta especial atención para lograr lo previamente acordado. Sin medición y una política de comunicación coherente que vaya de la mano de la tecnología y sus avances, la buena comunicación interna como el manejo del clima laboral no será viable.

Bibliografía.

- Redaccion Todo Sobre Comunicación. (31 de 08 de 2020). *Todo sobre Comunicación*. Obtenido de <https://todosobrecomunicacion.com/comunicacion-bidireccional/>
- A.L.EPH. (2021). *aleph.org.mx*. Obtenido de <https://aleph.org.mx/cual-es-el-objetivo-de-una-observacion>
- Andrés, Á. (27 de 04 de 2022). *Blog de Recursos Humanos de Bizneo HR: práctico y actual*. Obtenido de <https://www.bizneo.com/blog/comunicacion-interna/>
- Arteaga, G. (26 de 10 de 2020). *testsiteforme*. Obtenido de <https://www.testsiteforme.com/investigacion-bibliografica/>
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2008). *CONSTITUCION DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR 2008*.
- Comunicación Organizacional. (14 de 09 de 2009). *Comunicación Organizacional*. Obtenido de <http://comunicacionorganizacionalfukl.blogspot.com/2009/09/8-glosario.html>
- Congreso Nacional. (2012). *CODIGO DEL TRABAJO*.
- Delgado, J. (08 de Septiembre de 2013). *WIKI CULTURALIA*. Obtenido de <https://edukavital.blogspot.com/2013/09/definicion-de-proyecto-social.html>
- Guijarro Valentin, M. (21 de Octubre de 2020). *IEBS*. Obtenido de <https://www.iebschool.com/blog/elaborar-plan-comunicacion-9-pasos-comunicacion-digital/#:~:text=Un%20plan%20de%20comunicaci%C3%B3n%20es,y%20acciones%20que%20se%20realizar%C3%A1n.>
- ILIFEBELT TIMES. (2022). *iLB*. Obtenido de <https://ilifebelt.com/que-es-comunicacion-digital-y-por-que-es-importante-en-las-empresas/2016/09/>
- ISO. (2018). *NORMA INTERNACIONAL ISO 45001*. Ginebra.
- KYOCERA. (2023). *KYOCERA Document Solutions*. Obtenido de <https://www.kyoceradocumentsolutions.es/es/smarter-workspaces/insights-hub/articles/analisis-interno-de-una-empresa.html#:~:text=El%20an%C3%A1lisis%20interno%20de%20una%20empresa%2>

C%20consiste%20en%20evaluar%20los,un%20nivel%20de%20resultados%20%C3%B3ptim

Logaña, E. (30 de 05 de 2016). *Gestión del talento humano*. Obtenido de <http://gdthgrupo8.blogspot.com/2016/05/glosario.html>

Martins, J. (16 de 11 de 2022). *Asana*. Obtenido de <https://asana.com/es/resources/effective-communication-workplace>

Ministerio del Trabajo Ecuador. (2020). *Ministerio del Trabajo*. Obtenido de <https://www.trabajo.gob.ec/clima-laboral/>

Moreno Galindo , E. (20 de 11 de 2022). *Metodología de investigación, pautas para hacer Tesis*. Obtenido de <https://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2016/12/niveles-de-investigacion-cientifica.html>

Moreno, J. (23 de 01 de 2023). *HubSpot*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/service/clima-laboral>

Muguira, A. (09 de 08 de 2021). *QuestionPro*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-descriptiva/>

Narvaez, M. (22 de 09 de 2022). *QuestionPro*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/motivacion-laboral/>

Ortega, C. (09 de 08 de 2021). *QuestionPro*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/investigacion-longitudinal/>

Parra, A. (2023). *QuestionPro*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/encuesta-de-pulso/>

Peña, M., & Bolaños, L. (2009). LA INVESTIGACIÓN COMO PROCESO DE INTERVENCIÓN SOCIAL. *Ra Ximhai*, 183.

Pérez, A. (26 de 04 de 2021). *OBS Business School*. Obtenido de <https://www.obsbusiness.school/blog/analisis-externo-de-una-empresa-formas-de-plantearlo>

Pérez, A. (2022). *OBS Business School*. Obtenido de <https://www.obsbusiness.school/blog/ques-un-proyecto-una-definicion-practica>

QuestionPro. (2022). *questionpro*. Obtenido de <https://www.questionpro.com/es/investigacion-de-campo.html>

Seisamed. (12 de 06 de 2019). *Seisamed*. Obtenido de <https://www.seisamed.com/la-comunicacion-interna-en-el-hospital-un-asunto-vital#:~:text=Comunicar%20indicaciones%2C%20normas%20e%20instrucciones,Consolidar%20la%20reputaci%C3%B3n%20del%20hospital.>

Zapata, L. (12 de 11 de 2012). *Talentos reunidos*.

Anexos.

Anexo 1.

Marca de Comunicación.

Línea gráfica.

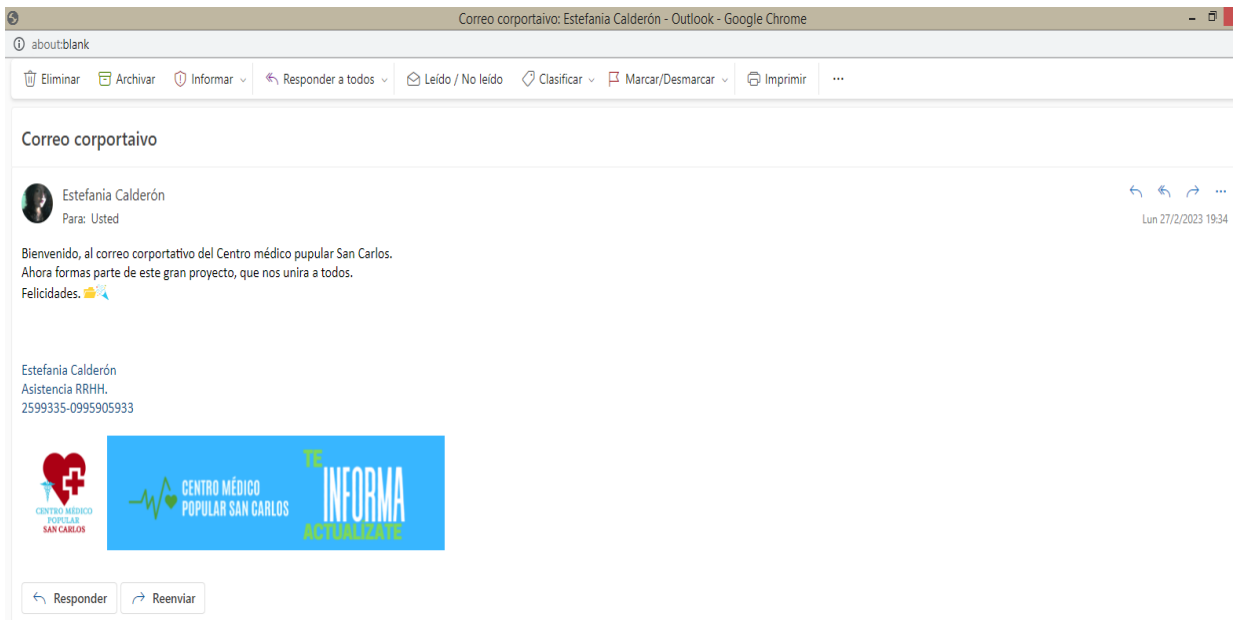


Cartelera.



Anexo 2.

Correo Corporativo.



Anexo 3.

Cartelera Física y digital.

The image shows a digital calendar for April 2023. The calendar is set against a blue background with the logo of "CENTRO MÉDICO POPULAR SAN CARLOS" and the text "TE INFORMA ACTUALIZATE". The calendar grid shows the following events:

- Monday, April 3: Reunión Inicio de Mes de Todo el Personal (represented by a group of people icon).
- Wednesday, April 5: Reunión Semanal de Líderes con su Área (represented by two people at a table icon).
- Friday, April 7: ¡Feliz Cumple! (represented by a birthday cake icon).
- Monday, April 10: Cumpleaños de Colaboradores (represented by a birthday cake icon).
- Wednesday, April 12: Reunión Semanal de Líderes con su Área (represented by two people at a table icon).
- Friday, April 14: ¡Feliz Cumple! (represented by a birthday cake icon).
- Monday, April 17: ¡Feliz Cumple! (represented by a birthday cake icon).
- Wednesday, April 19: Reunión Semanal de Líderes con su Área (represented by two people at a table icon).
- Friday, April 21: ¡Feliz Cumple! (represented by a birthday cake icon).
- Monday, April 24: Mundo Laboral (represented by a globe icon).
- Wednesday, April 26: Reunión Semanal de Líderes con su Área (represented by two people at a table icon).

Additional callouts on the right side of the calendar include:

- REUNION INICIO DE MES DE TODO EL PERSONAL
- REUNION SEMANAL DE LIDERES CON SU ÁREA
- CUMPLEAÑOS DE COLABORADORES
- Mundo Laboral: La emisión online de la OIT

Anexo 4.

Software y Aplicación móvil de comunicación interna Steeple.

The screenshot displays the Steeple website interface. At the top, there is a navigation bar with the Steeple logo, menu items (Inicio, La Solución, Tarifas, Experiencia, Contenidos), and a 'PROBARLO GRATIS' button. The main content area features a large blue graphic with the heading 'Publicación ¡Comunica en un instante!' and several sub-sections: 'Contenidos variados', 'Multidifusión', 'Programa tus publicaciones' (with a sub-note: '¡Ahorra tiempo! Prepara tus publicaciones con anticipación para una comunicación interna de calidad.'), 'Borrador', and 'Traducción automática'. On the right, a 'Nueva publicación' modal is open, showing a form with fields for 'Titulo de su publicación' (0/60), 'Agregue detalles a su publicación', and a 'Seleccione una comunidad' dropdown. Below the form are icons for 'Foto / Video', 'GIF', 'Documento PDF', 'Encuesta', and 'Evento'. A 'Publicar' button and a settings icon are at the bottom of the modal.

Anexo 5.

Interacción.

The screenshot displays the Steeple website interface. At the top, there is a navigation bar with the Steeple logo, menu items (Inicio, La Solución, Tarifas, Experiencia, Contenidos), and a 'PROBARLO GRATIS' button. The main content area features a large blue graphic with the heading 'Interacciones fáciles para fomentar los intercambios' and several sub-sections: 'Like' (with a sub-note: '¡Deja que suceda la magia! Tus colaboradores darán vida a la comunicación interna de la empresa.'), 'Comentarios', 'Menciona a tus colaboradores', and 'Dilo con GIF'. On the left, a 'Buscar un GIF animado' modal is open, showing a grid of GIF options including a white dog, a man with a megaphone saying 'THANK YOU!', a cartoon cat saying 'Thank you!', and a dog saying 'THANKS'.

Anexo 6.

Chat.

Mensajería instantánea para prolongar los intercambios

- Individual
- Grupal
- Personaliza las conversaciones**
Crea conversaciones dedicadas a temas específicos o por equipo.

RAÚL GARCÍA

Hola Nuria, ¿estás disponible esta tarde a las 17h?

Hola Raúl. Sí, ¿quieres comentar algún tema?

¡Perfecto! Sí, necesito que validemos juntos el presupuesto. ¿Nos vemos en la sala de conferencias?

¡Ok, hasta ahora!

¡Hasta ahora! 😊

Escribir un mensaje

Anexo 7.

Videos.

Steeple Inicio La Solución Tarifas Experiencia Contenidos **PROBARLO GRATIS**

Jean-Baptiste de Bel-Air
Noticias 1 h

Semana 2: ¡Determinación y solidaridad!

Buenos días a todos.

En un estilo un tanto formal, quería recordarle la importancia de este momento que nos unirá para siempre.

[Ver más](#)

13 ❤️ 2 💬

Videos
que dan vida a tus mensajes

- Habla con toda la plantilla**
Gracias a una herramienta accesible desde todos los soportes, ya nadie podrá decir que no ha recibido la información.
- Apruéchate de un soporte innovador**
- Incrementa el compromiso**

Anexo 8.


Eventos.

Steeple Inicio La Solución ▾ Tarifas Experiencia ▾ Contenidos ▾ [PROBARLO GRATIS](#)

Eventos


y rituales para celebrar las victorias

- Unir a través de eventos
¡Organiza un evento con todos tus empleados en un abrir y cerrar de ojos!
- Crear rituales para celebrar los éxitos
- Revivir momentos importantes



Emma Jolivet
La vida en el trabajo

2 h



¡Feliz cumpleaños a Florian y Clément! 🎉

Hoy [Florian Even](#) y [Clément Abassi](#) celebran su aniversario de la incorporación a la em-

[Ver más](#)

20 ❤️ 6 💬

Anexo 9.

Encuestas.

Steeple Inicio La Solución ▾ Tarifas Experiencia ▾ Contenidos ▾ [PROBARLO GRATIS](#)



Emma Jolivet
La vida en el trabajo

10 min



¿Picnic de aperitivo mañana por la noche?

25 MAY 18H00

Hola a todos,
Para celebrar la llegada de todos los recién llegados, le sugiero que se instale mañana por la tarde en un trozo de hierba, y se deje arrullar por la suavidad de una tarde de primavera. [Ver más](#)

¡Estaré allí! 😊

80%

No estoy disponible... 😞

20%

Encuestas

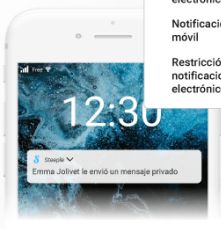
que involucran a los equipos

- Un módulo práctico
- Convierte la plantilla en una fuerza motor**
Incrementa la implicación de tus empleados involucrándolos en la vida de la empresa.
- Mide el éxito de tu comunicación interna

Anexo 10.

Notificaciones.

Steeple Inicio La Solución ▾ Tarifas Experiencia ▾ Contenidos ▾ [PROBARLO GRATIS](#)



Mis notificaciones

- Resumen del correo electrónico Diario
- Notificaciones por correo electrónico
- Notificaciones de la aplicación móvil
- Restricción del envío de notificaciones y correos electrónicos

Notificaciones personalizables para más tranquilidad

- Manténte informado de las novedades de la empresa**
Recibe notificaciones de las últimas publicaciones al instante
- Conversa con tus compañeros**
- Instaura un descanso por las tardes y los fines de semana**

Anexo 11.

Seguridad.

Steeple Inicio La Solución ▾ Tarifas Experiencia ▾ Contenidos ▾ [PROBARLO GRATIS](#)

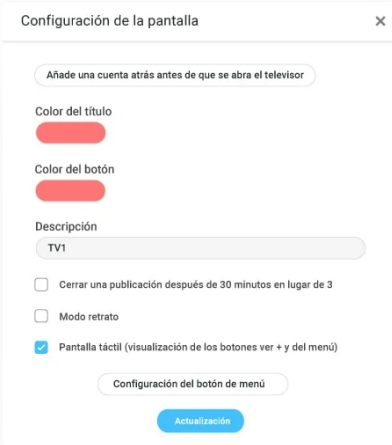
Seguridad total para comunicarse con confianza

- Protección de datos**
- Alojamiento seguro**
- Gestión de roles y no anonimato**
Sabe quién está hablando en la herramienta de comunicación interna.



Anexo 12.

Personalización de App.



The screenshot shows a configuration window titled "Configuración de la pantalla" with a close button (X). It includes a note: "Añade una cuenta atrás antes de que se abra el televisor". Below are settings for "Color del título" and "Color del botón" (both with red color pickers), a "Descripción" field containing "TV1", and three checkboxes: "Cerrar una publicación después de 30 minutos en lugar de 3" (unchecked), "Modo retrato" (unchecked), and "Pantalla táctil (visualización de los botones ver + y del menú)" (checked). At the bottom, there is a "Configuración del botón de menú" section and an "Actualización" button.

Personalización
una herramienta que se adapta a las necesidades de la empresa

Agrega módulos

Personaliza tu Steeple con los colores de tu empresa

Administra comunidades y categorías de transmisión

Segmenta tu comunicación, eligiendo el contenido que publicas en función de tu audiencia.

Anexo 13.

Biblioteca.



The screenshot shows a grid of six module cards: "Eventos" (with a party horn icon), "Pronóstico" (with a weather icon), "Miembros y organigrama" (with a group icon), "Clima" (with a sun and cloud icon), "Indicador" (with a bar chart icon), and "Tir" (with a gift icon). Each card has a small colored label above the title.

Una biblioteca de módulos

¡Para personalizar tu Steeple hasta el infinito, selecciona los módulos que harán dar vida de tu empresa!

Descubre los módulos de Steeple

Anexo 14.*Desayuno Briefing.*

CENTRO MÉDICO POPULAR SAN CARLOS

TE INFORMA ACTUALIZATE

DESAYUNO BRIEFING

 RESULTADOS, AVISOS IMPORTANTES, RECOMENDACIONES.

 FELICITACIONES A HIJOS, O FAMILIARES DE COLABORADORES POR SUS LOGROS.

 FELICITACIONES A LOS CUMPLEAÑEROS DE LA SEMANA.

 AYUDA SOCIAL SEA A COLABORADORES O EXTERNAMENTE.

 RECONOCIMIENTO AL COLABORADOR ESTRELLA DEL MES Y RECONOCIMIENTO A LOGROS ACADÉMICOS Y PROFESIONALES.

 TEMAS EN GENERAL, INTEGRACIÓN


Anexo 15.*Reinducción y Capacitación.*

CENTRO MÉDICO POPULAR SAN CARLOS

TE INFORMA ACTUALIZATE

EL CENTRO MÉDICO POPULAR SAN CARLOS TE INVITA A RESIVIR TU REINDUCCIÓN Y CAPACITACIÓN AL NUEVO PLAN DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL INTERNA

DIRIGIDA Y ENFOCADA A LA NUEVA ERA DIGITAL DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL INTERNA, CON ESTO PODRAS:

- TENER COMUNICACIÓN DIRECTA Y CLARA A TUS INQUITDES.
- FOMENTAR LA CONFIANZA EN TU EQUIPO DE TRABAJO .
- MANTENER SOSTENIBILIDAD LABORAL Y MUCHOS INCENTIVOS MAS.

LUGAR: CENTRO MÉDICO POPULAR SAN CARLOS
FECHA: 01/04/2023
HDRA: 09:00




Anexo 16.

Análisis, Similitud y Plagio del Plan presentado.



Calderon Villacis Estefania

4% Similitudes
3% Texto entre comillas
2% similitudes entre comillas
0% Idioma no reconocido

Nombre del documento: Calderon Villacis Estefania.pdf
ID del documento: 16c4e1acd6cb0112e03c56beedf4aa48ca6c75b
Tamaño del documento original: 4,29 Mo

Depositante: Gladys Barragan
Fecha de depósito: 16/3/2023
Tipo de carga: interface
fecha de fin de análisis: 16/3/2023

Número de palabras: 16.278
Número de caracteres: 117.942

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes

Fuentes principales detectadas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	legislacionperiodistica.wordpress.com DERECHO A DIFUNDIR INFORMACIÓN Y OPI... https://legislacionperiodistica.wordpress.com/2014/11/25/derecho-a-difundir-informacion-y-opiniones/ 15 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (125 palabras)
2	www.bizneo.com Comunicación Interna 7 claves para mejorarla en tu empresa https://www.bizneo.com/blog/comunicacion-interna/#:~:text=El objetivo: mejorar los resultados. Es un... 2 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (79 palabras)
3	talentosreunidos.com Comunicación interna y Maslow: cómo aplicarla y algunos ej... https://talentosreunidos.com/2012/11/12/comunicacion-interna-y-maslow/#:~:text=Maslow, por el con... 1 fuente similar	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (61 palabras)
4	www.seisamed.com La comunicación interna en el hospital: un asunto vital https://www.seisamed.com/la-comunicacion-interna-en-el-hospital-un-asunto-vital 1 fuente similar	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (52 palabras)
5	Documento de otro usuario #1a2c63 El documento proviene de otro grupo 8 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (36 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

N°	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	Documento de otro usuario #b287a9 El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (39 palabras)
2	repositorio.upse.edu.ec Plan comunicacional para fortalecer la gestión administrat... https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/5128/1/UPSE-TAE-2019-0101.pdf	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (33 palabras)
3	Documento de otro usuario #019373 El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (34 palabras)
4	coggle.it Tipos de democracia en el Ecuador, Una comunicación libre, intercultural... https://coggle.it/diagram/YBx5XtpUTsvi3_Dmvt/tipos-de-democracia-en-el-ecuador	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (39 palabras)
5	gdthgrupo8.blogspot.com GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO: GLOSARIO http://gdthgrupo8.blogspot.com/2016/05/glosario.html	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (27 palabras)

Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas) Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

- <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfQTzpychPZfZYMhYnC0b1h27VgD8eCr>
- https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfQTzpychPZfZYMhYnC0b1h27VgD8eCrPXA MHurKltFs3R93Q/viewform?usp=sf_link
- <https://docs.google.com/forms/d/1Y8rrRBQP8M0IPELLNvjYtPnjwAqoX5iYPpiacNY>
- <https://docs.google.com/forms/d/1Y8rrRBQP8M0IPELLNvjYtPnjwAqoX5iYPpiacNYH0/edit#responses>
- <https://steep.com/es/>